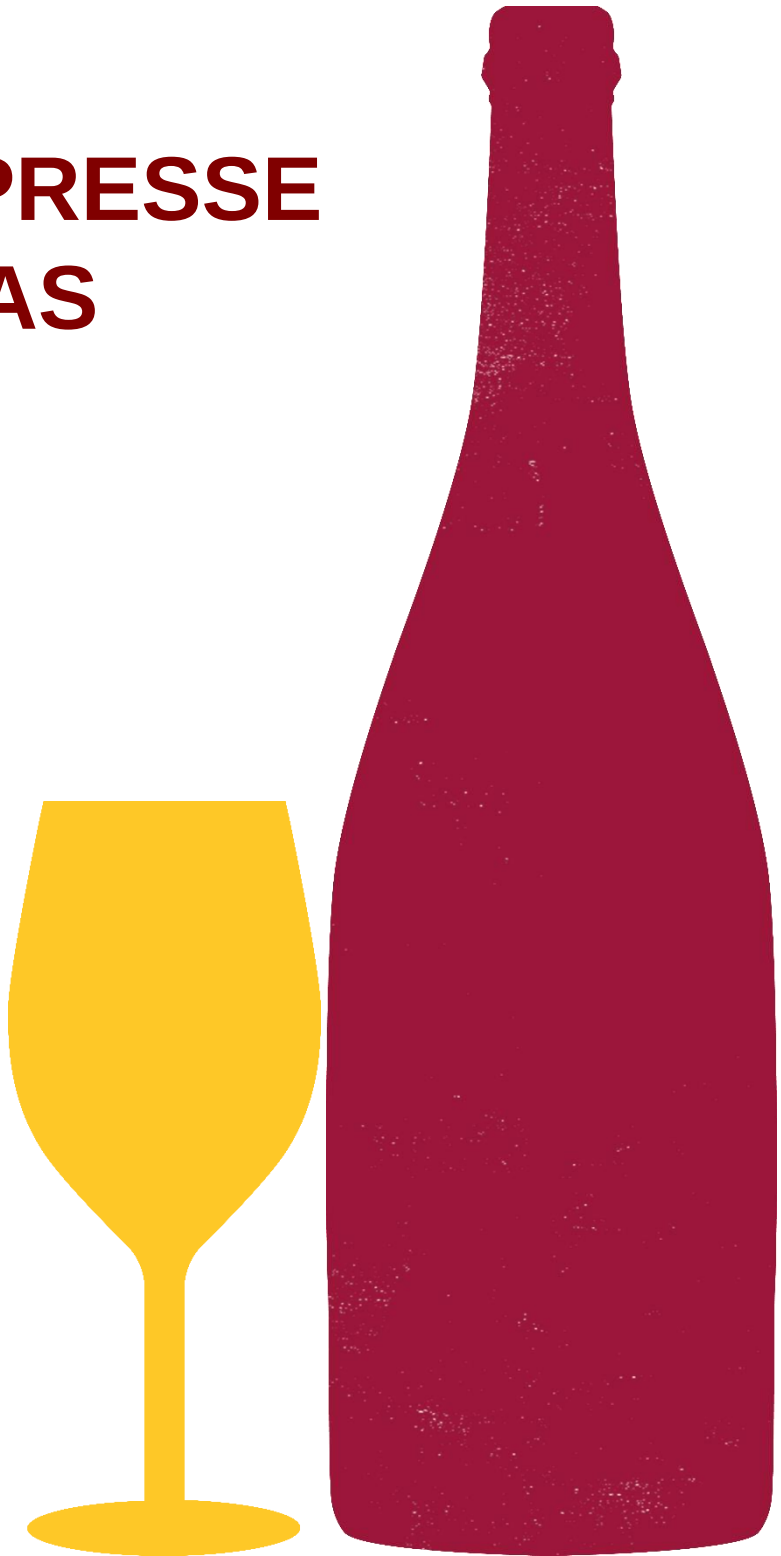
NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

REVUE DE PRESSE NICOLAS 2020



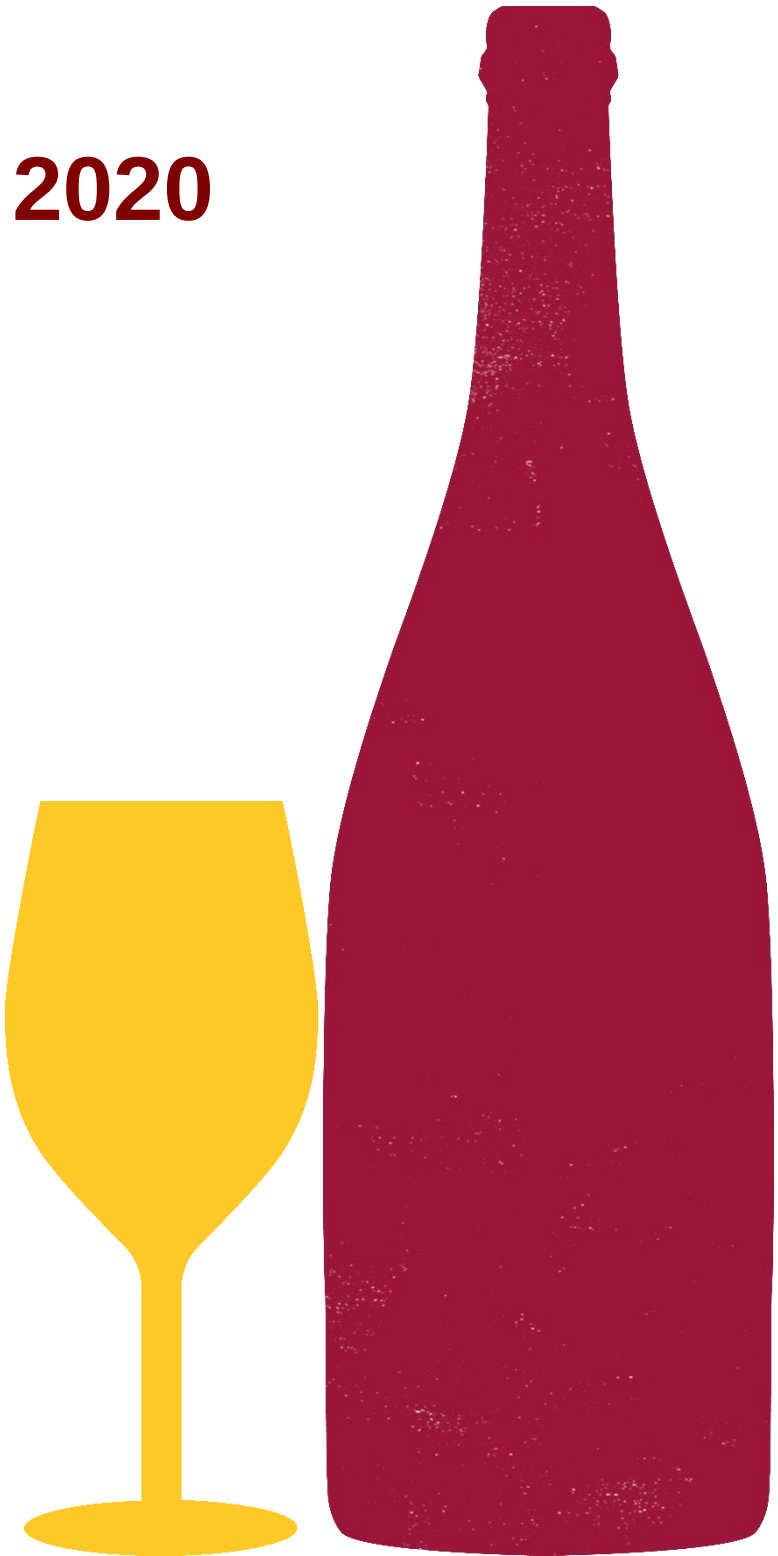
Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

JANVIER 2020



Omnicom
Public
Relations
Group



CORPORATE

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins



CORPORATE

Enseigne

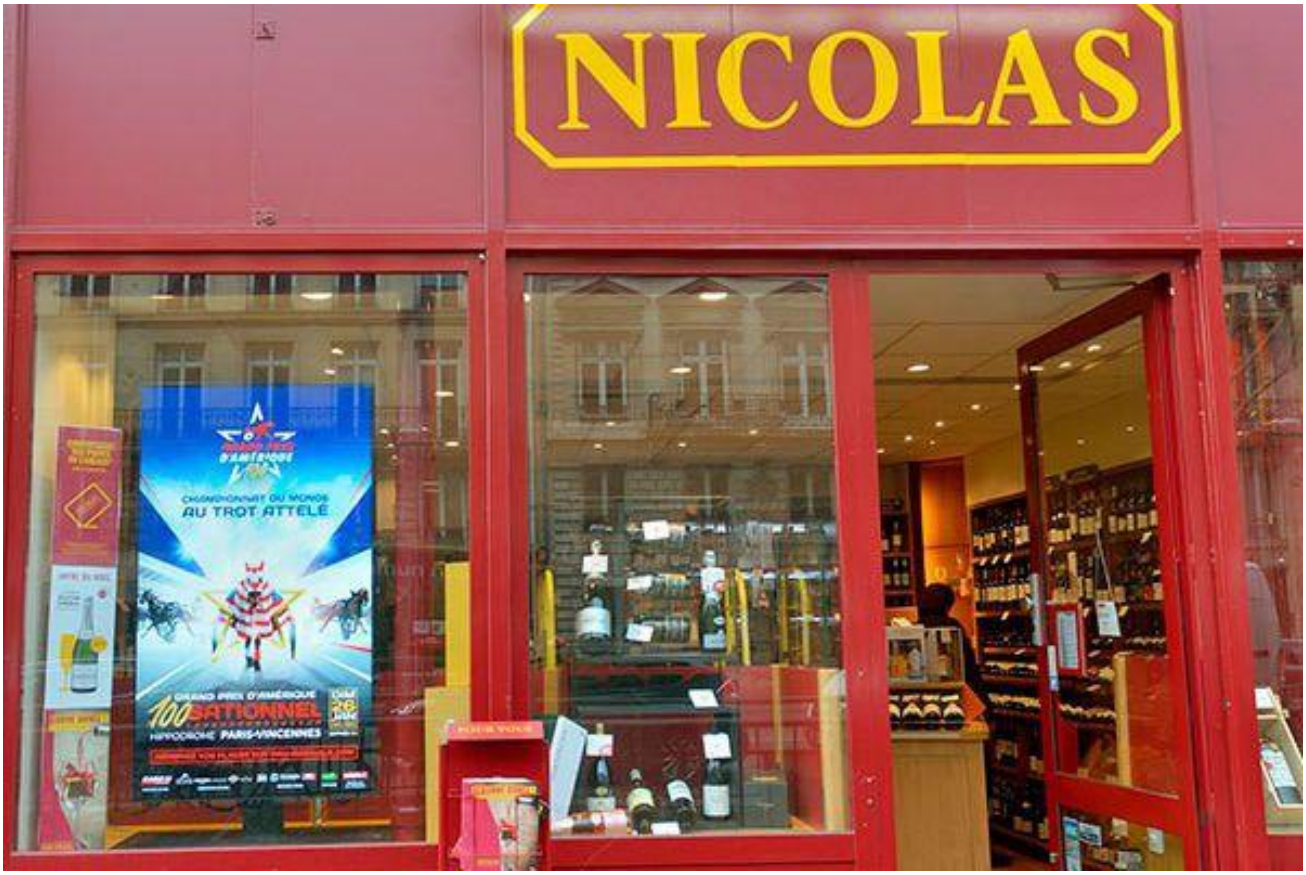
Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

www.paris-turf.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Un nouveau partenaire pour Le Trot



.

Le caviste « Nicolas » rejoint « Case IH » et les autres sponsors en tant que partenaire du Grand Prix d'Amérique.

Communiqué de presse

Nicolas devient Partenaire du Grand Prix d'Amérique 2020. Le caviste offre une visibilité unique au Championnat du Monde au Trot Attelé à travers la diffusion d'un film promotionnel sur les 600 écrans digitaux des 500 boutiques Nicolas partout en France, ainsi qu'un relais de l'événement sur leurs newsletters et réseaux sociaux. Nicolas met également en place une offre promotionnelle à destination de ses clients. Une

Tous droits réservés à l'éditeur

place pour le Grand Prix d'Amérique sera offerte pour chaque bouteille de champagne de la gamme E. Nicolas (E. Nicolas, E. Nicolas Rosé et Magnum E. Nicolas) achetées entre le 20 et le 24 janvier. Des invitations pour le prestigieux salon NICOLAS « Les Vinissimes » seront également proposées aux propriétaires de trotteurs.

En contrepartie, Nicolas pourra accueillir dans des conditions privilégiées ses clients lors du Grand Prix d'Amérique, du Grand Prix de France le 9 février 2020 et lors d'autres dates à définir. Le Club des Partenaires de l'Hippodrome Paris-Vincennes accueillera également une soirée influenceurs NICOLAS dans le courant de l'année.

Valérie François, Directrice Marketing & Communication de la société LeTROT a déclaré : *"Nous sommes ravis d'accueillir un groupe historique tel que NICOLAS, fondé en 1822, à nos côtés à l'occasion du Grand Prix d'Amérique. Ce partenariat est une première étape qui, à n'en pas douter, en appellera d'autres à l'avenir".*

Christopher Hermelin, Directeur Marketing de la société NICOLAS a déclaré : *"Nous partageons avec LeTROT de nombreuses valeurs communes d'authenticité et de partage et il était logique de nous associer à l'événement majeur du trot qu'est le Grand Prix d'Amérique."*

À propos de Nicolas
Créée en 1822, la Maison Nicolas fut à l'origine d'une innovation qui a révolutionné non seulement le secteur du vin mais également les habitudes de consommation : la vente de vin en bouteille !
Depuis près de 200 ans, la Maison Nicolas n'a eu de cesse d'innover pour répondre aux demandes de ses clients, du développement de marques telles que « Les petites récoltes » ou « Les grumes », à la distribution de bouteilles fines en passant par les ventes de vins de primeurs.
Nicolas s'est aujourd'hui diversifié avec un large éventail de champagnes, spiritueux (whiskies, rhums, vodkas) et, plus récemment, de bières avec une gamme de craft beers qui s'enrichit chaque jour.
Présent aujourd'hui dans 10 pays et dans les Dom-TOM, avec 558 caves en France et à l'étranger, Nicolas représente 10 % de part de marché et demeure le caviste de référence.
Les 765 cavistes de la Maison Nicolas prennent chaque jour soin de leurs clients (et de leurs vins).

Tous droits réservés à l'éditeur



UTILISATEUR

Jean-François COLOMBET



1

LES VINS NICOLAS

| Première partie : des origines à 1950

Tout le monde connaît la marque, liée de près ou de loin à l'histoire de chacun, et pour cause : ses origines remontent au 19e siècle. Depuis, elle a accompagné les Français (mais pas seulement !) dans leur quotidien au fil des années.

Nous sommes en 1822 ; Louis-Philippe est à la tête de la France. Louis Nicolas fonde un petit commerce de négoce de vins à Paris et ouvre une boutique au 53 rue Sainte-Anne, laquelle est bientôt assortie de trois dépôts. Comme ses concurrentes, la maison vend le vin en fûts ou à la mesure mais, vers 1830, Louis Nicolas a l'idée de le commercialiser en bouteilles de verre. Et le succès est aussitôt au rendez-vous. Outre qu'elles sont plus faciles à manipuler, les bouteilles garantissent une qualité supérieure et une meilleure conservation dans le temps, d'autant qu'elles sont vendues à un prix raisonnable. L'adoption des bouteilles comme contenant s'accompagne de la création d'un système de consigne. En 1840, Louis Nicolas met en place un service de livraison à domicile. Ce sont d'abord des attelages qui assurent cette mission puis, avec l'apparition du moteur à explosion au tournant du siècle, ce sont des triporteurs qui prennent le relais.



2



3

Tous droits réservés à l'éditeur



4

LA ROUTE DU VIN

À l'époque, pour les Français, le vin constitue un aliment à part entière, et il ne saurait manquer sur une table. Il est acheminé en tonneaux depuis les régions de production jusque dans les grands centres de consommation par la route, grâce à des chariots tractés par des attelages de chevaux, et surtout par voie d'eau, mode de transport économique privilégié pour les transports pondéreux sur longue distance. À partir de 1850, les transports par voie ferrée se développent. Ils apparaissent en effet notablement plus pratiques que le transport fluvial en permettant d'atteindre directement le cœur des villes, même celles éloignées des cours d'eau. Le vin part de chez les producteurs, les propriétaires récoltants ou bien des coopératives qui apparaissent dans les années trente. Ces derniers se chargent généralement de son acheminement en vrac jusqu'aux lieux d'enlèvement : ports fluviaux (c'est notamment le cas à Bordeaux) ou gares ferroviaires de petite vitesse. Suivant les volumes à acheminer, ce sont souvent des transporteurs spécialisés qui assurent cette mission. Ils chargent les barriques fournies par les producteurs dans le cas des vins supérieurs. Le vin ordinaire est quant à lui transporté dans des demi-muids de 600 litres, en foudres ou dans des citernes. Le transbordement sur chalands et wagons de chemin de fer occasionne une rupture de charge. Les petits tonneaux sont joliment empilés en long sur les wagons plats à deux essieux, un peu grêles, du PLM[1]. Nicolas a d'abord recours aux wagons des compagnies de chemin de fer mais, avec le développement de ses activités, la maison de dote

1. Le PLM (Compagnie des chemins de Paris à Lyon et à la Méditerranée) est une des compagnies ferroviaires françaises avant-guerre, qui dessert tout le sud-est du pays.

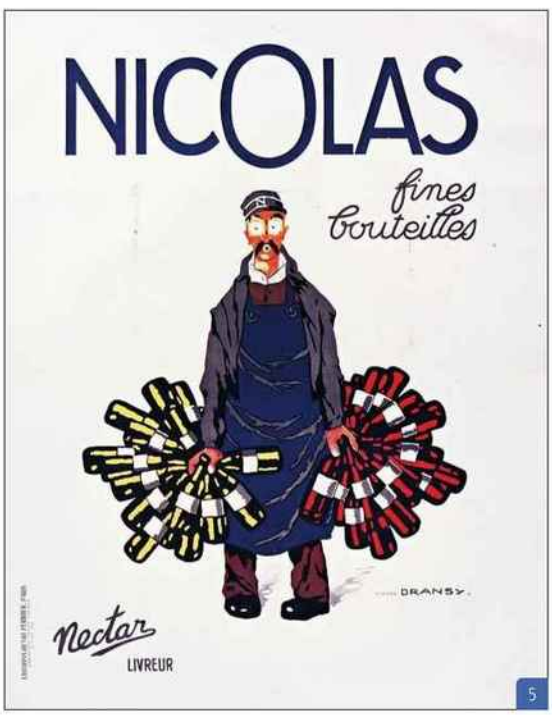
1 | La forme parfaitement parallélépipédique des caisses en bois et la possibilité de les empiler facilite le chargement des véhicules et améliore la stabilité en roulage. Ce cliché d'un attelage emmené par un Cheval mécanique Far CM 62 immatriculé en mai 1938 met cependant en évidence la hauteur de chargement du plateau de la semi-remorque. Le CM 62 est équipé d'un quatre cylindres à essence Citroën de 1,911 litre et 45 chevaux, celui de la Traction.

2 | Au début du siècle dernier, ce chariot hippomobile est en cours de déchargement devant la boutique d'origine de Louis Nicolas, rue Sainte-Anne à Paris.

3 | Les livraisons de proximité sont assurées par des voitures à bras qui peuvent charger jusqu'à 200 kg. Leur traction est particulièrement éprouvante mais les hommes sont aidés dans les côtes par des sangles de cuir qu'ils passent autour de leurs épaules.

4 | Ce superbe attelage emmène un haquet, charrette longue et étroite munie d'un treuil à main sur laquelle les pièces de vin sont chargées au poulain, c'est-à-dire grâce à deux rails de bois.

5 | En 1922, l'illustrateur Dransy crée le personnage de Nectar, le livreur Nicolas aux 32 bouteilles, qui deviendra célèbre. Il avait de la force dans les doigts, le bougre!



5

Tous droits réservés à l'éditeur

PREMIÈRE PARTIE : DES ORIGINES À 1950



6

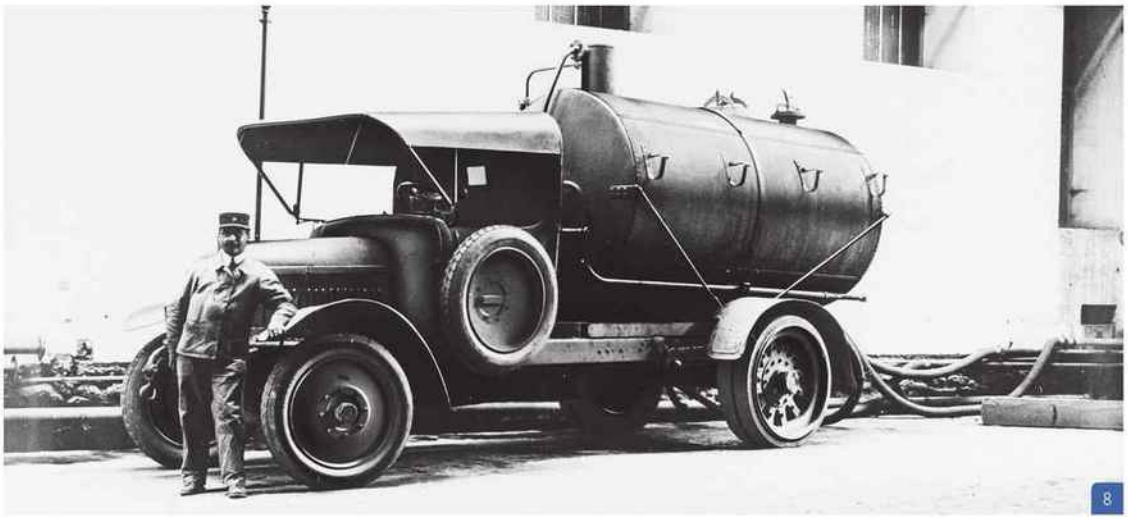

7

assez vite d'une flotte de wagons spécialisés, porte-foudre ou citernes, qui lui appartiennent en propre et peuvent circuler par trains complets. En cas de besoins urgents, Nicolas loue du matériel roulant supplémentaire à des sociétés spécialisées. Au début du 19e siècle, les fûts sont débarqués sur les quais de Paris, transportés sur les traditionnelles voitures à chevaux vers les chais de stockage et de vente en gros (entre autres la fameuse halle aux vins de Bercy) puis jusqu'aux débits de boisson, cabarets et marchands de détail pratiquant la consommation sur place et la vente à emporter. Parmi les modèles de véhicules utilisés figure le haquet, une charrette longue et étroite à deux roues, sans ridelles, équipée d'un treuil à bras. Son plateau s'incline pour la manutention des fûts qu'on fait rouler sur des poulains et qu'on transporte en large. Les pièces de vin de grande contenance, tonnes ou demi-muids, sont transportées en long sur de lourds camions[2], dans les limites du poids total en charge fixé par les règlements de police. Les couleurs utilisées pour ces véhicules sont le gris et le fameux vert artillerie, un vert foncé, couleur la plus commune en gros charronnage, que l'on retrouve sur les voitures des postes et les wagons de chemin de fer. Avec la généralisation des bouteilles qui intervient dans la seconde moitié du 19e siècle, la mise en bouteilles est effectuée à destination, dans les grands centres de consommation. Et les bouteilles sont toujours consignées.

2. Les camions sont à l'origine des chariots lourds à quatre roues.

DU VIN AU LAIT

Désireux d'étendre son activité au débit de lait, Louis Nicolas achète en 1872 le domaine de la ferme d'Arcy, qui se trouve non loin de la gare de Verneuil (Seine-et-Oise, aujourd'hui Yvelines). Le transport s'effectue dans des wagons isolés où la température est maintenue à 5°. Les « boîtes à lait », en verre opalisé d'un modèle spécial et breveté, sont rangées dans des paniers en osier et sont livrées à la clientèle sur des voitures à bras dans un rayon de 500 m autour des dépôts. Au-delà, ce sont des voitures attelées qui sont utilisées.

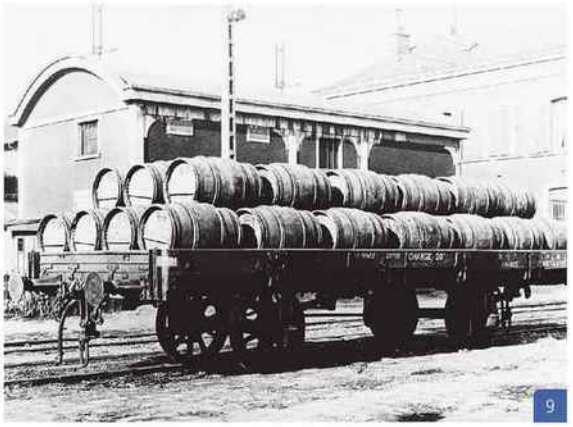

8

6 | Les petites livraisons sont assurées par des triporteurs à moteur tel celui-ci, immatriculé en août 1931.

7 | Cette vue de la cour des entrepôts Nicolas de Charenton révèle la flotte de camions-citernes de la maison, alors composée exclusivement de Saurer. Celui du premier plan à doite est un 5 AD, les autres un autre 5 AD, un 3 BH et au fond un type B.

8 | Ce conducteur prend la pose devant son camion, un Saurer 5 AD à bandages arrière équipé d'une citerne de 55 hectolitres. Ce type de véhicule est notamment utilisé pour assurer le transbordement du vin en vrac depuis les chalands qui accostent au quai de Charenton jusque dans les chaix, avant que des tuyaux ne soient passés sous la ligne de chemin de fer.

Tous droits réservés à l'éditeur



9



10

L'embouteillage s'effectue dans l'établissement central de la rue Sainte-Anne, puis rue de Paradis, près de la gare de l'Est, rue de la Jonquière et sur le nouveau site de Valmy-Charenton où Nicolas s'installe à partir de 1920. Les vins de France arrivent entre autres par la Seine par l'amont, ceux d'Afrique du Nord par l'aval, ayant été débarqués à Rouen pour être chargés sur des chalands qui remontent ensuite le fleuve jusqu'à Charenton. Le transfert du vin jusqu'aux cuveries est assuré par une noria de camions-citernes d'une capacité moyenne de 55 hectolitres. Puis Nicolas met en place un système de tuyauteries cheminant sous la voie ferrée, ce qui facilite grandement le dépotage et évite les ruptures de charge. Mais les entrepôts de Charenton disposent également d'un embranchement ferroviaire où arrivent les wagons plats et les wagons citernes. Le vin est ensuite traité et mis en bouteilles puis ces dernières sont rangées dans des casiers en osier puis en bois et chargées à la main sur des remorques à plateau pour être livrées chez les dépositaires. La livraison finale chez les clients, le cas échéant, s'effectue au moyen de charrettes à bras, puis de triporteurs à pédales puis à moteur. En 1898, la maison Nicolas est reprise par Étienne, le fils de Louis Nicolas. En 1922, l'illustrateur Dransy crée Nectar, le célèbre livreur Nicolas aux 32 bouteilles, qui sera ensuite repris et interprété par d'autres artistes dans les publicités maison. En 1926, soucieux de renforcer l'image de la marque, Étienne Nicolas demande à l'architecte Pierre Patout de concevoir un nouveau modèle de magasin, en rupture avec tout ce qui existait jusque là. Les boutiques Nicolas emploieront dorénavant un nouveau matériau, le LAP, un ciment coloré. Quatre ans plus tard, en 1930, ce dernier est remplacé par des panneaux d'aluminium martelé présentant un état de surface agréable à l'œil et au toucher. En 1937, Nicolas participe de façon massive à l'Exposition universelle organisée à Paris, grâce à de nombreuses affiches placardées dans les endroits stratégiques et la projection d'un film... Durant toutes ces années, Nicolas étend son réseau de dépositaires, d'abord sur Paris et sa région, puis progressivement dans toutes les régions de France.



11



12

9 | Le vin arrive en vrac chez Nicolas par wagons plats chargés de tonneaux rangés en long. Ce wagon est la propriété de la compagnie PLM.

10 | Une autre partie de l'approvisionnement est assurée par des wagons citernes, lesquels appartiennent généralement à Nicolas. Celui-ci affiche une contenance d'un peu plus de 190 hl (19 340 litres exactement).

11 | Le dépotage des wagons citernes à Charenton est réalisé au moyen de tuyaux. Le vin s'écoule par gravité directement dans les cuves de stockage.

12 | Le vin de table arrive chez Nicolas par trains complets. Chaque train comprend environ 40 wagons, l'ensemble jaugeant environ un million de litres pour un poids de 1500 tonnes ! En général, un train met moins de 48 heures pour venir du vignoble méridional. Mais le chargement des wagons pose souvent des problèmes aux producteurs car il mobilise une noria de camions pinardiers pendant plusieurs jours. Ces wagons sont surpris au dépotage sur l'embranchement particulier de Nicolas en gare de Bercy-Conflans à Paris. Les tuyaux souples en caoutchouc sont raccordés à un pipe-line souterrain.

Tous droits réservés à l'éditeur

PREMIÈRE PARTIE : DES ORIGINES À 1950

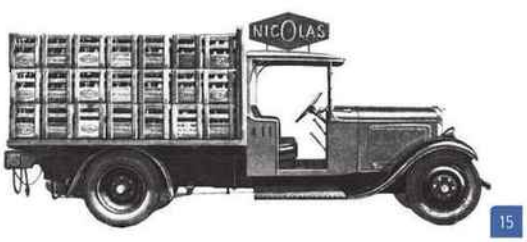


13

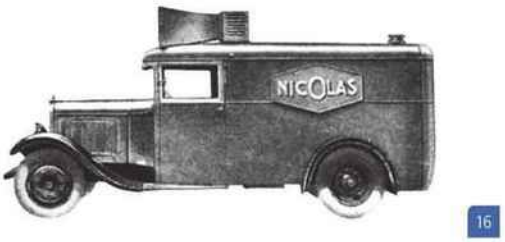

14

LES TRANSPORTS CHEZ NICOLAS

Très tôt, Nicolas se dote d'un service de livraison conséquent. Ce dernier se compose de charrettes à bras mais aussi de nombreux attelages tirés par des chevaux remarquablement entretenus. Le Patron met un point d'honneur à ce que ses véhicules affichent un aspect irréprochable. Et de fait, cette tradition sera respectée jusqu'à aujourd'hui : les véhicules maison arboreront toujours une livrée impeccable. Lorsque les véhicules à moteur font leur apparition au début du siècle dernier; le parc de véhicules de livraison s'oriente peu à peu vers les triporteurs à moteur, mais c'est après la Première Guerre mondiale, la pénurie de chevaux aidant, que l'on bascule vers le tout pétrole. La maison rentre de plus en plus de triporteurs à moteur, principalement des Peugeot, des fourgonnettes, des camionnettes et des camions. Parmi ceux-ci, on compte des camions-citernes (essentiellement des Saurer) qui assurent le transport de vin en vrac quand cela est nécessaire, mais ils sont très minoritaires. L'essentiel des mouvements concerne en effet le vin en bouteilles, depuis les entrepôts aux magasins des clients. Les bouteilles d'un litre sont rangées dans des casiers de 15 en bois. Elles sont chargées à la main sur des camions équipés en plateau brasseur. À partir de 1920, Nicolas se dote d'une importante flotte de véhicules de livraison. À l'issue d'une réflexion approfondie, c'est vers un système de tracteurs et de remorques que la maison se tourne. Principalement promu par Chenard & Walcker, ce dernier présente de gros avantages pour Nicolas. Précédant l'ensemble articulé tracteur + semi-remorque, il permet de dissocier l'élément de traction, le tracteur, et l'élément qui porte la charge, la remorque. À une époque où toutes les opérations de chargement et de déchargement sont effectuées à la main, ce qui prend en général un certain temps, le système permet d'éviter d'immobiliser un véhicule complet pendant ce temps. Autrement dit, avec un tracteur et plusieurs remorques, le tracteur est toujours en mouvement pour livrer avec une remorque tandis que les autres sont immobilisées. L'attelage utilisé par les tracteurs Chenard & Walcker est du type à colonne; il fait appel à un pivot sur lequel vient s'accrocher une crosse solidaire de l'avant-train de la remorque. Un système permet de régler la charge sur l'essieu arrière du tracteur. Les premiers attelages mis en service par Nicolas démontrent les avantages de la formule. Aussi, la maison unifie rapidement son parc avec des tracteurs Chenard & Walcker et se dote d'un parc important de remorques plateaux, dans une proportion de trois remorques pour un tracteur. L'une peut être au chargement tandis que la deuxième est en cours de déchargement du verre vide pour lavage et remplissage et que la troisième effectue sa tournée de livraison. Au fil des années, l'entreprise fera rouler une grande variété de tracteurs Chenard des séries V puis U jusqu'au U 10 T. Le faible empattement du tracteur et le système d'attelage à colonne offrent une maniabilité hors-pair, permettant d'effectuer un demi-tour dans une rue étroite. Aux trains Chenard s'ajoutent une multitude de petits véhicules



15



16

13 | Chenard & Walcker a souvent recours à des photographies d'ensembles de chez Nicolas pour ses publicités. Comme l'une d'elles le précise, un attelage de la marque peut faire demi-tour dans une rue de 5 m de large avec une remorque de 4,50 m !

14 | En 1933, ces tracteurs Chenard & Walcker type V sont en attente de révision dans le garage de l'atelier.

15 | Carrossé en plateau brasseur avec cabine ouverte pour faciliter l'accès à bord en distribution, ce petit camion Chenard & Walcker est un T 9 D 20 à châssis court de 2,5 tonnes de charge utile.

16 | C'est un châssis du même type qui a servi à la réalisation de ce fourgon publicitaire utilisé pour la promotion de la marque dans les manifestations commerciales.

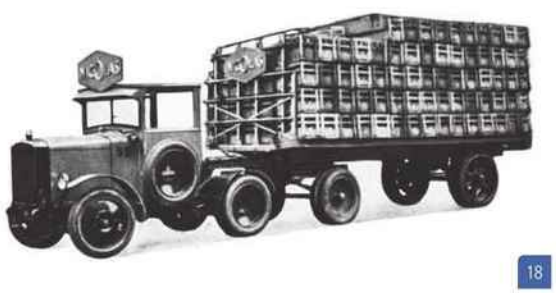
Tous droits réservés à l'éditeur



17

dédiés aux petites livraisons. Ce sont des fourgonnettes classiques mais aussi de nombreux triporteurs à moteur. Au Salon 1936, Chenard & Walcker présente un nouveau concept : un ensemble articulé composé cette fois d'un tracteur et d'une semi-remorque, c'est-à-dire d'une remorque sans avant-train dont la partie avant est fixée sur le véhicule tracteur par l'intermédiaire d'une cheville ouvrière. Mais le système proposé par Chenard, construit sous licence anglaise Scammell en France, comporte deux particularités. Tout d'abord, l'attelage est d'un modèle automatique avec guides et système de verrouillage spécial, ce qui permet au conducteur d'atteler ou de dételer une semi-remorque sans avoir à quitter son siège. Ensuite, le tracteur en question est un modèle tricycle, avec une roue unique à l'avant affichant un angle de braquage pouvant atteindre 75°, ce qui confère à l'ensemble un rayon de braquage extraordinaire, encore réduit du fait de son empattement très court. La maniabilité est encore améliorée, les échanges de semi-remorques encore plus rapides, les coûts de maintenance réduits du fait de la réduction du nombre de pneumatiques par ensemble (un essieu en moins et une monte simple sur le tracteur et la semi-remorque), et la sécurité accrue grâce au freinage pneumatique de la semi-remorque. Revers de la médaille, le plateau de chargement des semi-remorques est plus haut, rendant les opérations de chargement et de déchargement manuelles un peu plus pénibles. Les premiers exemplaires de Cheval mécanique intègrent le parc de Nicolas dès 1937 et, sous l'égide d'Étienne Nicolas, le fils de Louis, le parc de véhicules lourds de la maison est rapidement unifié avec ces nouveaux ensembles, bientôt commercialisés sous la marque Far[3] qui succède à Chenard & Walcker pour les tracteurs et à Lagache & Glaszman pour les remorques. Nicolas sera sans conteste un des plus gros utilisateurs de tracteurs et de semi-remorques Far. Il restera fidèle à la formule jusque dans les années soixante-dix.

3. Détail amusant, la marque Far résulte des initiales des prénoms de ses trois fondateurs, Fritz, André et Raymond.


18


19

17 | Ce sont au moins 35 tracteurs Chenard & Walcker U 7 T qui sont entassés dans le garage principal de Nicolas à Charenton. À l'époque, le parc est unifié avec ce modèle en transport lourd, les petites livraisons étant confiées à des camionnettes et des triporteurs.

18 | Ce sont quelque 4200 bouteilles qui sont transportées sur cet attelage emmené par un tracteur Chenard U 7 T.

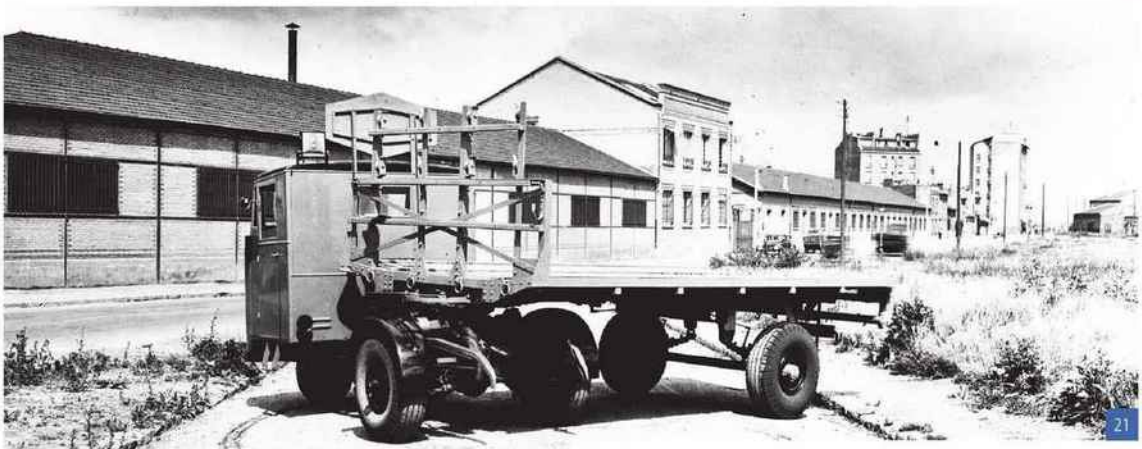
19 | Ces tracteurs Chenard & Walcker U 10 T composent un convoi complet qui a quitté les entrepôts de Charenton pour approvisionner des dépôts de province.

Tous droits réservés à l'éditeur

PREMIÈRE PARTIE : DES ORIGINES À 1950



20


21


22



23

20 | À partir de 1937, ce sont les Chevaux mécaniques fabriqués sous licence Scammell et commercialisés en France par Chenard & Walcker puis Far qui vont progressivement remplacer les trains routiers avec tracteur à quatre roues à attelage à colonne et remorque. Celui-ci est un T 22 X, modèle précoce animé par un quatre cylindres à essence Chenard & Walcker de 2,178 litres et 42 chevaux.

21 | Ce cliché utilisé par Chenard pour la promotion de son Cheval mécanique démontre la maniabilité du nouveau véhicule. Le cercle extérieur est celui décrit par la roue avant du tracteur.

22 | En général, il y a deux hommes par attelage en livraison, ce qui permet d'accélérer le déchargement des casiers et le rechargement des bouteilles vides.

23 | Dans l'immédiat après-guerre, le parc de tracteurs de Nicolas est essentiellement composé de Far CM 62. Celui-ci est surpris en cours de manœuvre dans la cour des entrepôts de Charenton.

24 | Des demi-muids de 600 litres sont chargés au poulain sur une semi-remorque Far tractée par un CM 62.

25 | L'entretien et les réparations des véhicules de la flotte sont assurés en interne dans un garage dédié. Un CM 62 est ici au graissage.

26 | Ces deux camions Citroën carrossés en fourgon appartiennent aux établissements Lamulle, dépositaires de Nicolas à Vernon (Eure). Celui de gauche est semble-t-il un C 6 G1, celui de droite un 23 U de 1938 environ.

27 | Les établissements Brazey, épiciers à Milly-la-Forêt (Seine-et-Oise), aujourd'hui Essonne, utilisent quant à eux ce Renault AHS 4 de 2 tonnes carrossé en fourgon intégral pour assurer leurs livraisons. Ce camion de 1946 a été réimmatriculé dans le nouveau système en mars 1955.

Tous droits réservés à l'éditeur



24



25

L'APRÈS-GUERRE

Durant la Seconde Guerre mondiale, la pénurie de carburant sévit, les transports sur longue distance sont très impactés, d'autant que, jusqu'en 1942, la ligne de démarcation ne facilite pas les liaisons sud-nord. L'activité se poursuit chez Nicolas mais à un rythme très réduit. En revanche, à la Libération, elle redémarre progressivement. Sur le plan des transports, du fait d'un réseau ferré gravement mis à mal par les bombardements et les sabotages, la route connaît un essor spectaculaire, d'autant qu'elle apparaît beaucoup plus souple que le rail en réduisant les ruptures de charge et les délais d'acheminement au minimum. Le parc de véhicules de Nicolas est reconstitué et renouvelé avec des tracteurs Far CM 62 à mécanique Citroën. *(À suivre)*



26



27

Note : Le texte de cet article s'inspire grandement de celui de Thierry Devynck rédigé pour Nicolas pour une plaquette spéciale éditée en 2018 pour sa Vinothèque.

Remerciements : L'auteur et la rédaction de *Charge Utile* remercient Christopher Hermelin et Caroline Benitah pour leur accueil et la mise à disposition de leurs archives.

Tous droits réservés à l'éditeur





Rumeurs et murmures

Devancé, l'an passé, par Propulsion, dans la catégorie "cheval de l'année", en Suède, **Readly Express** a cette fois obtenu cette attribution honorifique, vendredi soir, lors du gala du trot organisé à Stockholm. Dans la catégorie des 4 ans, Campo Bahia est pointé derrière Attraversiamo (un fils de Kiss Français) lauréat, entre autres, du Derby, en 2019 ■ Plus revu depuis le mois de novembre, **Lionel** a effectué une rentrée victorieuse (1'12''3 - 2.100 mètres), samedi à Bjerke ■ **Le caviste "Nicolas"** (500 boutiques en France) rejoint Case IH, aux côtés de nombreux autres sponsors, comme partenaire du Trot en vue des 100 ans du Prix d'Amérique (lire sur paris-turf.com)

Tous droits réservés à l'éditeur





EN BREF...

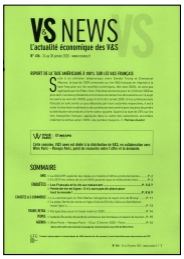
Le caviste Nicolas est partenaire du Grand Prix d'Amérique 2020

La société LeTROT a annoncé la signature d'un partenariat avec le caviste Nicolas. Il devient partenaire du Grand Prix d'Amérique 2020. Ce dernier offre une visibilité unique au Championnat du Monde au Trot Attelé à travers la diffusion d'un film promotionnel sur les 600 écrans digitaux des 500 boutiques Nicolas partout en France, ainsi qu'un relais de l'événement sur leurs newsletters et réseaux sociaux. Nicolas met également en place une offre promotionnelle à destination de ses clients. En contrepartie, Nicolas pourra accueillir dans des conditions privilégiées ses clients lors du Grand Prix d'Amérique, du Grand Prix de France le 9 février 2020 et lors d'autres dates à définir. Le Club des Partenaires de l'Hippodrome Paris-Vincennes accueillera également une soirée influenceurs Nicolas dans le courant de l'année.

Tous droits réservés à l'éditeur

V&S news
L'essentiel de l'actualité économique des Vins & Spiritueux

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : Du 24 au 30 janvier 2020
Page de l'article : p.10
Journaliste : F.B.

Nicolas expérimente les systèmes de paiement WeChat Pay et Alipay

FRANCE

En partenariat avec la banque Edel, le caviste Nicolas va prochainement doter quelques-uns de ses magasins de terminaux WeChat Pay et Alipay, les deux systèmes de paiement mobiles leaders en Chine. « *Il s'agira d'un déploiement test, préalable à une éventuelle généralisation de ces supports dans l'ensemble de notre réseau,* explique Christopher Hermelin, responsable marketing de Nicolas. *Nous choisirons des magasins situés dans des zones touristiques – à Paris essentiellement – fréquentées par les voyageurs chinois – et plus généralement asiatiques – à qui nous souhaitons offrir une "zone de confort" pour effectuer en toute tranquillité leurs achats de vins et spiritueux lorsqu'ils sont en France. Nous ciblons en particulier les voyageurs individuels, en forte augmentation, qui délaissent désormais le cash au profit des outils de paiement dématérialisés.* » ■ ***F.B.***

Tous droits réservés à l'éditeur



CORPORATE

CRAFT BEERS & CIE

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Bière Magazine
Pays : FR
Périodicité : Trimestriel





Date : Janvier - mars 2020
Page de l'article : p.8

BRÈVES DE COMPTOIR

Nicolas ouvre sa première cave à bières



Spécialiste en vins et spiritueux depuis bientôt deux siècles, le groupe Nicolas se lance dans la bière artisanale avec un nouveau concept, « Craft Beers & Co » qui a ouvert ses portes en novembre à Saint-Cloud, dans les Hauts-de-Seine. *Ce local de 400 m² réunit un espace de merchandising (verrerie), un espace de dégustation et, plus original, une salle d'initiation au brassage amateur à partir de moût, avec salle de garde pour les fermentations. 250 références de bières artisanales sont proposées, dont 10 % locales, mais aussi beaucoup provenant de l'étranger, pour la vente à emporter mais aussi la dégustation sur place. Nicolas proposait déjà dans son réseau 50 bières, ce sont donc 200 nouvelles références que commercialise Craft Beers & Co. Pour animer le lieu, Cyril Hubert, sommelier de la bière bien connu, a été choisi comme partenaire pour concevoir le lieu et animer des ateliers d'initiation à la dégustation. Pour être accessible à tous, le lieu comprend également un espace vins et spiritueux. En fonction de l'accueil par le public, Craft Beers & Co pourrait se développer dans d'autres métropoles françaises, précise le groupe Nicolas.*
Ouverture du lundi au samedi de 11 h à 21 h, et à 22 h les jeudi et vendredi.
Renseignements : *www.craftbeersetcie.com*

Tous droits réservés à l'éditeur

AGRA alimentation
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : 23 janvier 2020
Page de l'article : p.3-4
Journaliste : Cyril Bonnel

Les bières artisanales, des locomotives pour le marché de la bière

En grandes surfaces, où il s'est vendu pour 3,7 milliards d'euros de bière (Iri, avril 2019), les segments qui connaissent les plus fortes croissances sont les bières de spécialité, dont les ventes atteignent 1,5 milliard d'euros, en croissance de 13,6 % en un an, ainsi que les bières sans alcool et les panachés, qui ensemble représentent 160 millions d'euros en croissance de 22,6 %. Les « petites » marques rencontrent de plus en plus les faveurs des consommateurs, encouragés par les magasins qui multiplient les espaces dédiés où ces bières se vendent à l'unité et les foires aux bières, à l'image des foires aux vins. Même la distribution spécialisée s'intéresse aux bières: Nicolas a ainsi lancé en novembre 2019 un premier magasin test à Saint-Cloud (Hauts-de-Seine) baptisé Craft Beers & Cie où il ne vend que des bières artisanales.
L'appétit des consommateurs ne devrait pas faiblir à l'avenir. Ainsi, selon une étude prospective de Xerfi publiée fin 2018, le marché des bières artisanales en France devrait atteindre 440 millions d'euros en 2020, après 365 millions d'euros en 2019. « Le réservoir de croissance est en effet considérable si l'on considère que les craft beers pèsent 11 % des ventes de bières aux États-Unis, le marché de référence » note le cabinet d'études sectorielles.

Car l'enjeu est important pour les brasseries artisanales qui doivent préserver leur indépendance dans un cadre de plus en plus concurrentiel. Les petites brasseries sont désormais 1600 en France, et la part de marchés des bières artisanales ne cesse de croître face aux grandes marques, attirant de plus en plus d'opérateurs. « Très peu ont les moyens de se développer de manière significative en raison de l'importance des investissements industriels et des moyens humains, marketing et commerciaux à mettre en œuvre », explique FFB. Sur le terrain, on constate la multiplication des accords entre brasseries pour mettre en commun leurs forces commerciales. C'est le cas de Duyck (Jeanlain) et 3 Monts qui font cause commune pour démarcher des grandes surfaces. Castelain, de son côté, a mis en place son propre service commercial, sans s'appuyer sur un partenaire.

Les grands brasseurs s'intéressent aussi aux craft beers

Les grands brasseurs souhaitant bénéficier du dynamisme des bières artisanales, s'intéressent à ce marché et ont créé des structures de distribution spécialisées sur les bières « craft ». Kronenbourg a ainsi créé House of Beer, qui diffuse de nombreuses marques. Depuis l'année 2019, c'est le diffuseur de la brasserie corse Pietra. En janvier, il vient de décrocher la commercialisation de la brasserie parisienne Demory. Heineken a lui aussi regroupé ses marques de bières artisanales dans son portefeuille Beer Factory. Les géants du secteur lancent de nouvelles marques ou de nouvelles recettes afin de répondre aux attentes de clients en quête de variété. Ils prennent des participations au capital de petites structures souhaitant grandir. En septembre 2019, la parisienne Gallia a ainsi ouvert son capital, de façon minoritaire, à Heineken. Fin 2019, Kronenbourg (filiale de Carlsberg) a franchi un pas de plus dans sa collaboration avec les petits brasseurs en sous-traitant à la Brasserie du Castellet (marque Fada) la fabrication de sa nouvelle 1664 bio non-filtrée. Explication: le site de Kronenbourg à Obernai (première brasserie de France) n'est pas équipé pour ce type de produit. Les deux partenaires travaillent en étroite collaboration puisque House of Beer (filiale distribution de Kronenbourg) diffuse Fada depuis la fin 2018.

Tous droits réservés à l'éditeur

AGRA alimentation
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 23 janvier 2020
Page de l'article : p.3-4
Journaliste : Cyril Bonnel

« Nous tenons absolument à notre indépendance et au caractère familial de notre actionnariat »

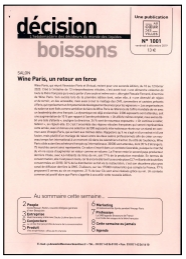
En mutualisant ses forces commerciales, la Brasserie de Bretagne a pu dégager des ressources pour mener à bien un investissement très lourd, sans remettre en cause son indépendance (le capital de l'entreprise est contrôlé en majorité par deux personnes physiques). « *Nous allons commencer à produire, à partir de mars prochain, nos bières dans notre toute nouvelle usine de Concarneau* », annonce Marc-Olivier Bernard. L'investissement est conséquent : 10 millions d'euros, financés en dette, pour une brasserie qui a réalisé en 2019, 14 millions d'euros de chiffre d'affaires. Le nouvel équipement remplace l'usine actuelle en périphérie de Concarneau et va permettre de produire deux fois plus en volume afin d'atteindre à terme 150 000 hl par an. « *Nous croyons en l'avenir* », souligne le dirigeant qui va poursuivre l'extension du portefeuille de produits avec des bières très pointues, notamment les IPA, très appréciées pour leur amertume, et sur un éventail de marques : Britt (grand public), Sant Erwann (bière d'abbaye), Dremmwell (bio) et Ar-Men (bière bio de dégustation). En 2020, la brasserie lancera une bière bio IPA sous la marque Dremmwel, déjà numéro deux des ventes de bières bio en France. Et sous la marque Sant Erwann, une double IPA va être lancée.

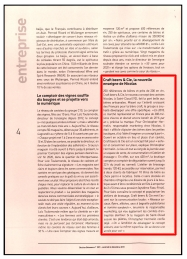
« *Nous tenons absolument à notre indépendance et au caractère familial de notre actionnariat* », souligne Marc-Olivier Bernard. « *C'est pourquoi il était exclu de confier la distribution à la filiale d'un grand brasseur* », poursuit-il. Les bières artisanales connaissent une croissance bien supérieure aux grandes marques industrielles, dont les consommateurs se détournent. À court terme, le fait de rejoindre une force de frappe commerciale de haut niveau peut être un formidable accélérateur de croissance, permettant aussi à l'entreprise de se consacrer pleinement à la production. Mais en se mettant dans l'orbite d'un géant du secteur, le risque de devenir un rouage, et finalement une proie facile existe.

Cyril Bonnel

Tous droits réservés à l'éditeur

DÉCISION boissons
L'hebdomadaire des décideurs du monde des liquides
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : 06 decembre 2019
Page de l'article : p.4

Craft beers & Cie, la nouvelle enseigne de Nicolas

250 références de bières et près de 200 en vin, Craft beers & Cie, le nouveau concept des cavistes Nicolas, à Saint-Cloud (92), fait la part belle aux bières artisanales. Misant sur l'intérêt croissant des Français pour la bière craft, le groupe a souhaité développer une offre spécifique : *« En 2018, ce marché représentait en France plus de 300 millions d'euros et devrait encore bondir de 20 % par an »*, précise la marque. Pour Christopher Hermelin, responsable marketing chez Nicolas, il était *« difficile d'ajouter des bières dans les petites boutiques, d'où l'idée d'imaginer un concept à part »*. Ouvert en octobre en lieu et place d'un caviste, Craft beers & Cie est un concept fait pour *« acheter et consommer sur place,* explique Christopher Hermelin. *Le lieu vit tout au long de la journée avec un espace de vente, de consommation et l'atelier de brassage »*. En effet, sur ses 400 m², la boutique compte un comptoir de dégustation ouvert jusqu'à 22 h du jeudi au samedi. L'atelier de brassage (vendu 120 €), accessible sur réservation, permet à deux clients de fabriquer 10 litres de bière au choix parmi 4 recettes. Celle-ci sera stockée en chambre réfrigérée une dizaine de jours à la boutique avant d'être conditionnée en fûts à emporter de 2 x 5 litres sous pression (système Fass-Frish). Pour faire connaître le concept et populariser les ateliers de brassage, Craft beers & Cie met l'accent sur la communication locale : *« Réseaux sociaux, flyers, affiches, sacs à baguette publicitaires et homme-sandwich »*, énumère le responsable marketing, qui vise également les comités d'entreprise alentour. Si le magasin de Saint-Cloud essuie les plâtres, Christopher Hermelin confie déjà : *« On a l'ambition de développer le concept ailleurs, avec la même superficie. On se donne une année pour voir »*.

Tous droits réservés à l'éditeur



CORPORATE

Magasins

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins



DU CHANGEMENT
CHEZ NICOLAS

Bienvenue à Olivier Tible, nouveau caviste chez Nicolas.
84, avenue du Général Leclerc
01 46 61 87 63
cavenicolas92340@gmail.com



Tous droits réservés à l'éditeur

LES NOUVELLES DE CHATENAY-MALABRY
Pays : FR
Périodicité : Mensuel



Date : Janvier 2020
Page de l'article : p.20

MAGASIN NICOLAS

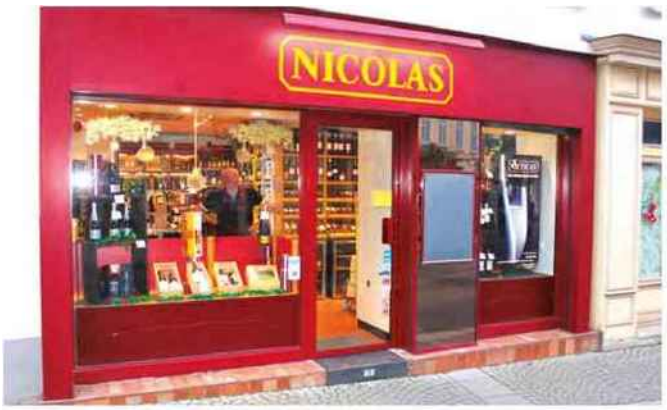
Le magasin Nicolas a changé de gérant : c'est désormais Thomas Gaultier qui est en charge de la boutique située au 96 rue Jean-Longuet. Les horaires et jours d'ouverture ont également évolué : le magasin est ouvert du mardi au dimanche, 9 h 30 à 13 h et de 14 h 30 à 19 h 30, le dimanche de 9 h 30 à 13 h. **Renseignements : 01 40 91 73 35.**

Tous droits réservés à l'éditeur



C O M M E R C E S

Du nouveau sur les étals



CAVISTE

Nicolas

Ouvert du mardi au samedi, de 9h à 12h et de 15h à 19h30 et le dimanche de 9h30 à 12h30.

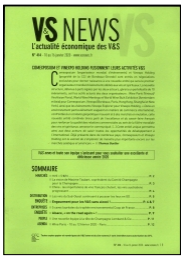
Changement de propriétaire. Rémi Sabot, nouveau gérant depuis le début du mois de novembre, vous accueille chez le célèbre caviste. Situé en plein cœur du centre historique, à deux pas des bords de Seine et de la Collégiale, vous trouverez un large choix de coffrets vins, bières, champagnes, rhums, whiskies, calvados, cognacs, armagnacs, liqueurs...

26, Place du Marché au Blé,
Tél. : 01 30 94 42 24.
Web : www.nicolas.com

Tous droits réservés à l'éditeur

V&S news
L'essentiel de l'actualité économique des Vins & Spiritueux

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : Du 10 au 16 janvier 2020
Page de l'article : p.5
Journaliste : H.B.

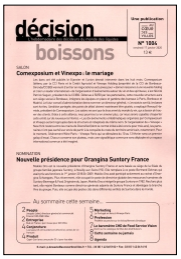
Les magasins Nicolas se renforcent sur la rive gauche parisienne

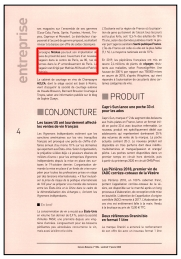
FRANCE

Située au n° 80 de la rue de Rennes, dans le 6e arrondissement de Paris, la dernière cave inaugurée par le groupe Nicolas est ouverte 6 j/7, de 16 h à 20 h le lundi, et de 10 h à 13 h, puis de 14 h à 20 h du mardi au samedi. Elle rejoint un autre magasin Nicolas situé dans la même rue, au n° 149. Mathias Milhoud et Patrick Andriolo, qui en ont pris les commandes, y proposent de nombreux services comme la livraison à domicile, le stockage de bouteilles ou le prêt de vasque. ■ ***H.B.***

Tous droits réservés à l'éditeur

DÉCISION boissons
L'hebdomadaire des décideurs du monde des liquides
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : 17 janvier 2020
Page de l'article : p.4

L'enseigne **Nicolas** poursuit son implantation de caves de proximité avec l'ouverture d'un nouveau magasin dans le centre de Paris, au 80, rue de Rennes dans le 6e arrondissement de Paris. Le magasin est dirigé par Mathias Milhoud et Patrick Andriolo.

Tous droits réservés à l'éditeur



CORPORATE

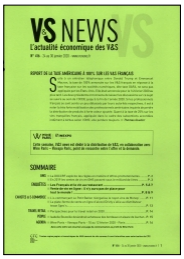
Franchises

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

V&S news
L'essentiel de l'actualité économique des Vins & Spiritueux

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : Du 24 au 30 janvier 2020
Page de l'article : p.12
Journaliste : F.B.

DISTRIBUTION - CAVISTES & E-COMMERCE

Nicolas s'implante à Taïwan

TAÏWAN

Nicolas a ouvert un premier magasin à Taïpei sous la forme d'une franchise confiée au Français Jean-Yves Romagnani. Ce dernier, diplômé de l'Essec, a travaillé 20 ans en Asie, notamment pour le producteur franco-chinois de vin Dynasty (joint-venture avec Rémy Cointreau) et pour le cognac Louis XIII dont il a été *brand ambassador* à Taïwan. ■ ***F.B.***

Tous droits réservés à l'éditeur

LSA LA QUOTIDIENNE
Pays : FR
Périodicité : Quotidien





Date : 27 janvier 2020
Page de l'article : p.12
Journaliste : SYLVIE LEBOU-LENGER

Le caviste Nicolas ouvre en Espagne et à Taïwan

SYLVIE LEBOULENGER



Vue du magasin Nicolas franchisé de Marbella (Espagne).

Toute la franchise

Plus de 1800 concepts éprouvés vous attendent

créez votre entreprise

Avec 558 magasins en propre en France, NICOLAS poursuit son développement à l'international et ouvre deux franchises supplémentaires en Espagne (Marbella) et en Chine (Taïwan). NICOLAS compte à présent 7 pays franchisés et 3 Dom-Tom : Royaume-Uni, Liban, Madagascar, Maroc, Ile Maurice ainsi que, côté Dom-Tom, la Réunion, La Guyane et la Martinique. Nicolas mise donc sur l'ouverture de son réseau à l'international.

Le Nicolas de Taïwan a ouverts ses portes en octobre et celui de Marbella juste avant Noël.

Tous droits réservés à l'éditeur

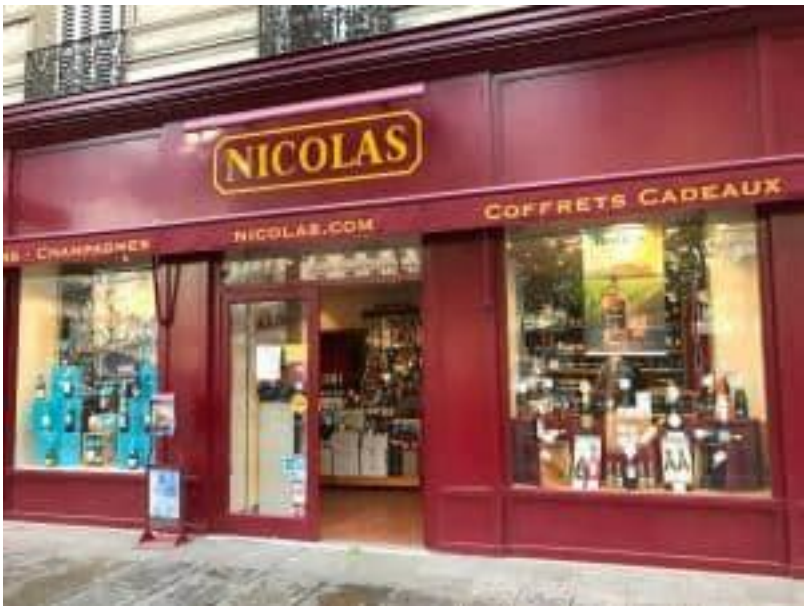
Date : 28/01/2020
Heure : 12:33:42
Journaliste : Philippe Beaulieu

www.franchise-magazine.com
Pays : France
Dynamisme : 3

Visualiser l'article

Nicolas renforce, en franchise, sa présence à l'international

Pionnier dans l'implantation de caves de proximité en France, Nicolas poursuit son développement à l'international, avec deux unités supplémentaires en Espagne et à Taïwan.



Tout en consolidant son réseau en France, avec l'ouverture récente d'un nouveau point de vente à Paris, l'enseigne caviste ***Nicolas*** , propriété du groupe Castel depuis 1988) poursuit son développement à l'international avec l'ouverture de deux unités **franchisées** supplémentaires à Marbella (Espagne) et à Taipei (Taïwan). A Taipei, la cave a ouvert ses portes en octobre 2019, dans un quartier animé, voisins de nombreux restaurants et bars, et propose 300 références et promet d'étoffer son offre. Quant à la boutique de Marbella, elle a commencé son activité avant Noël, afin de profiter de la période des fêtes de fin d'année.

Au total *Nicolas* est déjà présent, au travers d'unités franchisées, dans cinq autres pays (Royaume-Uni, Liban, Île Maurice, Madagascar, Maroc) ainsi qu'à la Réunion, en Guyane et en Martinique. Au total en France et à l'international, la chaîne regroupe aujourd'hui 558 caves. Et la marque française historique (elle fêtera son bicentenaire en 1822 !) souhaite continuer à dupliquer son modèle dans de nouvelles zones à l'export, en partenariat avec des commerçants-entrepreneurs connaissant bien leur zone de chalandise et en s'adressant à une clientèle locale mais aussi de passage. Comme en France, l'objectif est évidemment d'offrir un **conseil personnalisé** et une proximité de service à chaque client.

80 000 €
Apport personnel
Voir la fiche

Tous droits réservés à l'éditeur



MENTIONS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 280453



Date : 1er janvier 2020
Journaliste : Pierre Pech

Marchand de secrets

Marchand de secrets

Rue Raymond-Lavigne, Mathieu Tworkowski-Robin a succédé comme caviste à Colette Jousselin. Dans sa boutique, L'Échoppe des vins, on peut lire cette citation de Salvador Dali: «Qui sait déguster ne boit plus jamais de vin mais goûte des secrets». Elle illustre bien le caractère de Mathieu Tworkowski-Robin qui n'aime rien tant que partager sa passion, dévoiler à ses clients les secrets de ses vins. Des vins soigneusement sélectionnés, des grands crus, des vins de propriété de toutes les régions de France et d'ailleurs, des vins de champagne, des crémants, des spiritueux, des bières, des alcools, des whiskys sans oublier les «bags in box».

Il confie qu'il adore conseiller: «C'est très important de guider le client dans son choix, cela lui procure déjà du plaisir avant même qu'il ait ouvert la bouteille et comme le disait Georges Brassens, le meilleur vin est celui que l'on partage».

Ses secrets, Mathieu Tworkowski-Robin les a appris pendant cinq ans à Londres au service d'un grand restaurant étoilé, puis dans trois magasins différents de l'enseigne Nicolas et, à son retour en France, à Saint-Émilion au Château Rochebelle.

À côté de la boulangerie-pâtisserie et de la poissonnerie de la rue Raymond-Lavigne, il insuffle de la vie à cette artère très passante en organisant des dégustations en afterworks. Sa boutique est aussi un «point relais» pour la livraison de colis. Il confie: «C'est très utile pour les gens du quartier Lafon-Féline; cela me fait aussi gagner quelques clients. Ma clientèle est constituée principalement de riverains mais elle s'élargit avec le bouche-à-oreille. Mes secrets doivent plaire ajoute-t-il en riant».

Pierre Pech

L'Échoppe des vins, 141, rue Raymond-Lavigne. Contact: 0652728415 etlechoppedesvins@gmail.com

Tous droits réservés à l'éditeur

Bière Magazine
Pays : FR
Périodicité : Trimestriel





Date : Janvier - mars 2020
Page de l'article : p.20-21

ENQUÊTE

Les 15 tendances à venir en 2020

15e – L'avènement de l'application 'Untappd'

« En deux ans, Untappd a littéralement ringardisé ses principaux concurrents. Il s'apprête à devenir définitivement le medium majeur de la bière » - Mischa Le Gouic (Terroir alternatif, Orléans).



14e – Une augmentation du prix des matières premières

« Les producteurs de houblons ont du mal à faire face à la demande, d'autant que l'essor de la bière artisanale est mondiale. L'augmentation du prix des matières premières risque de mettre à mal les petites brasseries ayant un équilibre financier fragile » - Didier (L'art de la bière, Marignane).

13e – Une professionnalisation de la filière

« Il faut s'attendre à une professionnalisation du milieu grâce notamment à la création de formations diplômantes, comme celle menée par Élisabeth Pierre. L'explosion des bars et caves à bières nécessite une véritable filière pédagogique car l'autoformation ne suffit pas à certains gérants d'établissements pour présenter convenablement leurs produits » - Patrick Jacquin (Bières et Chopes, Bouguenais).

12e – Une nouvelle augmentation du nombre de brasseries

« Le nombre de brasseries va continuer à exploser en 2020 mais ce nombre redescendra et se stabilisera au cours des années suivantes. Attention aux brasseries qui ne proposent que des brassins éphémères et n'ont pas de gamme classique. Une bière de référence, une valeur sûre, est toujours appréciable » - Florent Brulin (La minute blonde, Tours).

11e – Le retour de la consigne

« On va reparler de la consigne des bouteilles en verre mais il faudra aussi également réfléchir à la gestion des fûts, qui restent encore majoritairement jetables » - Eku et Duss (Le Garde Fou, Strasbourg).

10e – Une progression de la craft dans les supermarchés

« L'augmentation de l'offre craft dans les grandes surfaces et dans les enseignes comme Nicolas est une tendance qui va s'accélérer en 2020. Il va falloir être attentif à ce phénomène car les petits cavistes qui ont fait découvrir les brasseries craft au grand public risquent de ne pas pouvoir s'aligner en terme de marges et vont se retrouver en danger. Les brasseries devront donc être vigilantes aux prix de reventes effectués par ces enseignes » - Antoine Blain (Bear's House, Montpellier).


Les bières artisanales vont prendre de plus en plus de place dans les supermarchés.

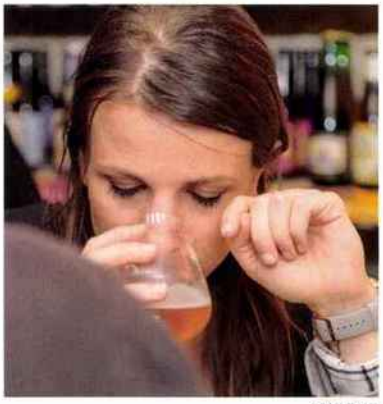
9e – Le développement d'une économie locale

« Les questions relatives au terroir, à l'artisanat et au 'consommer local' semblent revenir au cœur des intérêts des brasseries françaises » - Quentin (Les trois 8, Paris)

« Ce qui commence vraiment à poser question, c'est l'économie durable et notamment l'implantation de houblonnières et malteries locales. Nous discutions avec Bruno de la brasserie Rouget de Lisle de l'esprit craft et on se posait la question suivante: "Peut-on parler de craft quand on produit par exemple une IPA aux fruits de la passion en plein hiver, en utilisant malt belge, glucoamylase et houblons OGM importés par avion des États-Unis?" - Eku et Duss (Le Garde Fou, Strasbourg).

8e – Une percée de la bière auprès du public féminin

« Chez nous, les gros Imperial Stout ont le vent en poupe... et notamment chez les femmes! C'est agréable de voir que le public de la bière est en train de s'élargir » - Cyrille et Fidji (Underdogs, Rouen).


© Marc Beguin


La 4e session de formation Sommelier Bière Doemens aura lieu en mars. Ici la 3e promotion.


De plus en plus de femmes s'intéressent à la bière.
© Marc Beguin

Tous droits réservés à l'éditeur

Bière Magazine
Pays : FR
Périodicité : Trimestriel

Date : Janvier - mars 2020
Page de l'article : p.20-21



De nombreuses brasseries françaises se lancent dans le vieillissement en barriques. Ici la brasserie Volcelest.

7e – Une augmentation des bières vieillies en barriques

« On va découvrir cette année de plus en plus de bières vieillies en fût (whisky, vin, rhum…). Ce qui était autrefois un produit de niche commence à se généraliser dans toutes les brasseries » - Vincent Pierillas (Mille et une bières, Nancy).

6e – Un développement des accords bières & mets

« On nous demande de plus en plus de conseils sur les accords mets-bières. Les gens n'hésitent plus à remplacer le vin par de la bière pendant leur repas » - Cyrille et Fidji (Underdogs, Rouen).

5e – Le retour de la lager

« La mode des IPA toujours plus houblonnées semble être interminable, et la bière ne cesse d'aller plus loin dans sa transformation. Mais les coûts des matières premières ne cessant d'augmenter, on peut penser que les brasseurs se tourneront en 2020 vers des styles plus simples, plus équilibrés. On voit déjà de plus en plus de brasseries revenir aux lagers » - Quentin (Les trois 8, Paris).

4e – L'avènement de la canette

« L'année 2020 va être marquée par le développement de la boîte en métal et particulièrement du format 44 cl » - Dominique (La Bièrerie, Illkirch-Graffenstaden).



La brasserie Azimut a basculé une partie de sa production en canette au cours de l'année 2019.

3e – La prise de participation (ou rachat) de brasseries artisanales par des groupes industriels

« Perdant de plus en plus de parts de marché au profit des brasseries artisanales, l'industrie agroalimentaire va chercher à surfer sur le mouvement craft » - Stéphane Lesieur (Donald's Pub, Angers).

« Le rapprochement récent entre la brasserie artisanale Gallia et le géant Heineken montre que la ligne de démarcation industrielle-artisanale n'existe plus et que tout est désormais possible » - Didier (L'art de la bière, Marignane).

2e – L'essor des bières acides

« La sour a le vent en poupe car c'est un type de bière qui offre aujourd'hui une grande diversité. Beaucoup de brasseries proposent désormais dans leur gamme une berliner weisse ou une gose. On voit même arriver des lambics français ! » - Jaclyn & Pierre Gidel (Biérocratie, Paris).

« L'engouement du public pour les bières acides s'explique par la grande créativité de nos brasseurs français en la matière » - Yann Brenienek (La caisse de bières, Courbevoie).



La Sour Ale de l'Abbaye du Cateau est une bière acide brassée avec betterave, pomme, et chicon.



De gauche à droite : la Sour aux Schtroumpfs de la brasserie Iron. La Cute Sober, une Berliner Weisse sans alcool à la framboise et La Wild Lab Stout de La Débauche, un Stout sans alcool.

Première – L'explosion des bières sans alcool

« C'est une tendance que j'ai déjà pu constater au cours de l'année 2019. Rien que dans ma cave, j'ai du tripler mon offre par rapport à 2018 » - Julie Fichelle (Bootlegger, Paris).

« De nombreux brasseurs se mettent à faire des bières sans alcool. L'offre et la demande ne cessent d'augmenter. C'est dans cet esprit que j'ai proposé au Brussels Beer Challenge de créer une catégorie "Bières sans alcool" dans laquelle pas moins de 30 échantillons ont concouru en 2019 » - Maryse Picard (L'empire du malt, Clermont-Ferrand).

Tous droits réservés à l'éditeur

www.anti-k.org
Pays : France
Dynamisme : 23

Visualiser l'article

Auchan paie cash son maintien de la stratégie hypermarché



Auchan paie cash son maintien de la stratégie hypermarché. Avec une perte nette de plus d'un milliard d'euros constatée en 2018 et de plus d'un milliard et demi au premier semestre 2019, le géant de la grande distribution s'est résolu à enclencher un nouveau plan de redressement.

Avec une perte nette de plus d'un milliard d'euros constatée en 2018 et de plus d'un milliard et demi au premier semestre 2019, le géant de la grande distribution s'est résolu à enclencher un nouveau plan de redressement.

La crise dans le secteur de la grande distribution se poursuit. Face à des consommateurs plus nomades et plus exigeants, la grande distribution subit, depuis quelques années, les affres d'enseignes apôtres du « consommer mieux » à l'instar de Naturalia ou de Biocoop côté alimentation, de Nicolas pour le vin, ou encore de Sephora et de Kiko pour la beauté.

Dans un marché où la concurrence est rude et où l'ère de l'hyper-consommation ne séduit plus, certains acteurs comme E. Leclerc et Les Mousquetaires parviennent encore à tirer leur épingle du jeu (+0,1% de part de marché pour E. Leclerc en 2019 par rapport à 2018 à 21,3%) détaille *Le Parisien* . Mais d'autres enseignes n'ont pas cette chance et s'essoufflent – parfois de manière spectaculaire – d'année en année.

Auchan ne fait pas exception à la règle. Ce lundi après-midi, ses représentants syndicaux – qui s'inquiètent de la possible suppression d'au moins 1.000 emplois – seront reçus par la direction de l'enseigne à Villeneuve

Tous droits réservés à l'éditeur

d'Acsq (Nord). Et ce, bien que la direction ait déclaré n'avoir, pour le moment, envoyé aucune convocation officielle.

« Je suis sollicité de toutes parts par les médias qui m'informent d'un plan de départs volontaires dans l'entreprise pour une cible de 1.000 personnes ! », a écrit Gérald Villeroy, délégué syndical CGT chez Auchan Retail France, dans un courrier daté du 31 décembre adressé à la direction des ressources humaines.

« J'ose pouvoir espérer d'une rencontre rapide avec l'ensemble des DSR (délégué syndicaux Retail) sur ce sujet, qui malheureusement fait déjà couler beaucoup d'encre », ajoutait-il. Il a indiqué à l'AFP que la direction avait ensuite appelé les représentants syndicaux pour les convier lundi après-midi à Villeneuve d'Ascq. Frédéric Montay, délégué syndical FO, a confirmé que son syndicat avait été invité. « On ne sait pas à quoi s'attendre », a-t-il déclaré à l'AFP.

1,145 milliard d'euros de perte nette en 2018

Et si les représentants syndicaux se révèlent si inquiets, c'est bien parce qu'Auchan ne cesse de perdre des parts de marché d'année en année et que sa stratégie visant à maintenir le modèle de l'hypermarché ne convainc plus les consommateurs. Or, 80% du chiffre d'affaires d'Auchan est aujourd'hui réalisé au sein de ses hypermarchés.

Le groupe de distribution avait déjà lancé un premier volet de son plan de « redressement » au printemps 2019, avec la cession de 21 sites concernant potentiellement entre 700 et 800 salariés. En juillet, la direction avait affirmé avoir trouvé des repreneurs pour dix des sites mis en vente.

Propriété de l'Association familiale Mulliez (AFM), Auchan Holding a enregistré une perte nette de 1,145 milliard d'euros pour l'ensemble de l'année 2018.

avec AFP

Tous droits réservés à l'éditeur

LA PHOTO VINTAGE

National Geographic vous emmène en voyage dans le temps. Cet hiver, direction Paris.



Au début du XXe siècle, toute personne « comme il faut » se devait de porter un chapeau.

La ville lumière en noir et blanc

Il y a quatre-vingt-quatre ans, le boulevard des Italiens accueillait les élégantes.

PAR MARINE SANCLEMENTE

Été 1936, une femme déambule sur le boulevard des Italiens, à la frontière des 2e et 9e arrondissements de Paris. Sa démarche gracile et son style raffiné sont immortalisés par Maynard Owen Williams, le premier correspondant à l'étranger de l'édition américaine de « National Geographic ». Le photographe est d'ordinaire plus habitué aux reportages en Asie ou en Russie, où il couvre la révolution ; mais l'Histoire s'est aussi écrite sur cette célèbre avenue de la capitale.

Depuis le XVIIIe siècle, le boulevard des Italiens, baptisé ainsi en raison de sa proximité avec un théâtre accueillant alors des acteurs de la Comédie-Italienne, constitue le point de rencontre des élégantes et des élégants parisiens : ceux que l'on appelle « les Incroyables et les Merveilleuses » sous le Directoire, les « dandys » sous Louis-Philippe Ier, ou les « gandins » sous le Second Empire. Dans « Théorie de la démarche », œuvre publiée en 1833, Balzac décrira comment arpenter ce boulevard avec la même élégance que Chateaubriand. C'est la grande époque des iconiques Café de Paris et Café Tortoni, qui disparaîtront tous deux dans les années 1920, laissant place à des établissements financiers, couverts de larges panneaux publicitaires : ceux de la Loterie nationale, inaugurée en 1933 pour venir en aide aux invalides de guerre et aux victimes de calamités agricoles, dont la Française des jeux est l'héritière ; ceux de l'apéritif Rossi, premier vermouth de l'illustre maison italienne Martini ; ou encore ceux de l'enseigne de vin Nicolas, créée à Paris en 1822 et aujourd'hui implantée partout dans le monde.

Quatre-vingt-quatre ans plus tard, si l'on arpente encore ces rues pour aller au théâtre, le boulevard des Italiens et la rue de la Michodière (à droite) ont fait les frais de la mondialisation : place aux chaînes américaines de fast-food et aux enseignes de prêt-à-porter. Aujourd'hui, on vient dans le quartier pour faire du shopping ou déjeuner sur le pouce dans l'une des cantines asiatiques qui en font désormais la renommée. ■

CARNET DE NOTES

« Les passages couverts sont les sourires des Grands-Boulevards », disaient les Parisiens sous le Second Empire. Pour en savoir plus sur les passages du quartier, prenez part à une visite théâtralisée, animée par plusieurs comédiens. L'intrigue commence à 400 m du boulevard des Italiens, au Passage Jouffroy, qui fut le théâtre d'un crime non résolu, dont il vous faudra percer les mystères, grâce aux principaux témoins de l'affaire « Nathaniel de Cantaussel »... *(1h30, visites-spectacles.com).*

Après avoir fait ses adieux à la chanson, Michel Sardou monte sur les planches du théâtre de la Michodière, jusqu'au 9 février. Il y joue « N'écoutez pas Mesdames », une comédie sur l'art d'aimer, en trois actes. Un imbroglio amoureux écrit en 1942 par Sacha Guitry, pour qui il fallait « adorer les femmes pour pouvoir en parler ».

PHOTO : MAYNARD OWEN WILLIAMS/NATIONAL GEOGRAPHIC IMAGE COLLECTION

Tous droits réservés à l'éditeur

LSA
lsa.fr

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 13095





Date : 30 janvier 2020
Page de l'article : p.26-27
Journaliste : SYLVIE LEBOULENGER

La GMS en retard dans la vente de vin en ligne

L'e-commerce du vin arrive à maturité, ce qui devrait engendrer une phase de consolidation, selon une étude récente publiée par FranceAgriMer et le Cniv. Voici les positions à ce jour par type d'acteurs, dont la grande distribution, qui accuse un certain retard.



Depuis 2005, la vente de vins sur internet est en forte hausse. Elle a bondi de 11 % par an et devrait avoisiner les 100 milliards d'euros au niveau mondial et environ 500 millions d'euros hors taxes en France, dont 100 millions pour le drive, selon l'étude de FranceAgriMer et le Cniv (Comité national des interprofessions des vins à appellation d'origine et à indication géographique). Dans l'Hexagone, la croissance semble entrer dans une phase de maturité, enregistrant un + 6,9 % en 2019 après plusieurs années de bond de 30 %. Ce circuit intéresse beaucoup d'acteurs qui aimeraient prendre une part substantielle de ce gâteau. Y compris la grande distribution, qui, comme les cavistes, accuse un certain retard sur les pure players ou les sites de ventes privées.

Cependant, comme ce gâteau grossit moins vite qu'avant, ce marché se consolide. Ainsi, le nombre de sites vendant des vins diminue de 10 % par an et s'est établi à 507 sites recensés en juin, ont calculé les auteurs de cette étude, Marie-Henriette Imberti, déléguée aux affaires économiques du Cniv, et Florian Angevin, chargé d'études économiques pour la filière vitivinicole chez FranceAgriMer. Et puis, les 20 sites les plus importants ont vu leur chiffre d'affaires cumulé depuis 2016 augmenter de 17 %, lorsque celui des 77 plus petits sites a diminué de 11 %. Mieux vaut donc être un acteur de poids dans cet univers où les *«barrières à l'entrée sont fortes : gestion des stocks, investissement en logistique, coûts marketing»*, souligne cette étude.

Le prix en priorité

Elle s'est aussi intéressée aux motivations des consommateurs pour acheter du vin sur la Toile. Sans surprise, le prix est la plus grande des motivations, et cela pour 46 % des acheteurs. Arrive ensuite la disponibilité des vins, notamment depuis que les délais de livraison se sont réduits pour peu que l'on habite une grande ville. Et puis – et cela distingue internet des commerces physiques –, les consommateurs trouvent l'information qu'ils cherchent sur les sites de vente de vins. Cela est très vrai pour les millennials, qui sont 40 % à avoir téléchargé au moins une application dédiée au vin sur leur tablette ou leur smartphone. D'ailleurs, le m-commerce (sur smartphone) représente déjà 30 % des achats de vins en ligne, contre 10 % en 2013. Pour compléter cette étude, FranceAgriMer et le Cniv ont recensé six «circuits» qui vendent des vins via la Toile. Voici ce que pèse chacun ainsi que ses spécificités. ■

SYLVIE LEBOULENGER



Tous droits réservés à l'éditeur

LES PURE PLAYERS

Pour dénicher des perles rares

135 M€ de CA
179 sites

- 15 000 visites mensuelles/site
- 17 sites font plus de 1 M€ de CA/an

LES PRINCIPAUX ACTEURS
Vinatis, Wineandco, Vigneron-indépendant, Millesima

Souvent spécialisés dans les grands crus et les vieux millésimes, les pure players, la catégorie historique des ventes de vins sur la Toile, sont de moins en moins nombreux : 23 % des sites référencés en 2016 ont disparu en 2019. Ils sont très concurrencés par les sites de ventes privées ou les généralistes. Vinatis et Wineandco dépassent les 10 millions d'euros de chiffre d'affaires. S'ils sont souvent perçus comme qualitatifs, ils doivent porter de lourds stocks, ce qui pèse sur leur rentabilité, sauf s'ils sont adossés à des négociants.

LA GRANDE DISTRIBUTION

Des sites qui doivent mieux faire

85 M€ de CA*
109 sites**

- 100 000 visites mensuelles/site
- 5,6 millions €/site en moyenne

LES PRINCIPAUX ACTEURS
Carrefour, Lidl, Système U, E. Leclerc, Casino

Leur logistique est rodée car mutualisée avec le réseau de magasins physiques et leurs centrales d'achats sont puissantes. Cependant, la grande distribution s'est intéressée tardivement à l'e-commerce du vin et ses sites manquent encore de visibilité. C'est pourquoi, par exemple, Carrefour a fermé le site Grandsvins-prives pour concentrer toutes ses ventes de vins sous le site de Carrefour.

*CA des 13 sites principaux ** y compris 109 épiceries qui ont un site de vente en ligne

LES VENTES PRIVÉES

La promesse d'un prix attractif

65 M€ de CA
17 sites dont 14 spécialisés dans le vin

- 35 000 visites mensuelles/site
- 7 sites font plus de 1 M€/an

LES PRINCIPAUX ACTEURS
Veepee, Ventealapropriété, 1jour1vin, Bazarchic

La promesse des sites de ventes privées – un prix attractif – marche à plein régime. Le système de préréservation limite les coûts de stockage et, de ce fait, les besoins en fonds de roulement. Ces sites s'appuient sur une base de clients déjà importante. Parmi les faiblesses, une image de « non-expert » et des temps de livraison plus longs que ceux des généralistes.

LES SITES GÉNÉRALISTES

La force des marketplaces

au moins 45 M€ de CA
15 sites

- 22,5 millions de visites mensuelles/site

LES PRINCIPAUX ACTEURS
Cdiscount, Amazon, La Redoute

Ces sites généralistes ont su faire progresser leur image en proposant des foires aux vins, en s'appuyant sur leur puissance logistique et en développant des services de livraison express (Cdiscount à volonté, par exemple) dans le but d'être concurrentiels. En moins de dix ans, les marketplaces ont *« chamboulé le paysage de l'e-commerce français »*, selon l'étude FranceAgriMer/Cniv. Ces sites améliorent en permanence leur ergonomie.

LES BOX ET SITES D'ABONNEMENT

L'intérêt de la fidélisation

22 M€ de CA
14 sites

- 22 000 visites mensuelles/site

LES PRINCIPAUX ACTEURS
Le Petit Ballon, Chais d'œuvre, Pinot bleu

La plupart de ces sites proposent désormais des vins à acheter en dehors des abonnements, cela pour pérenniser l'activité. Le système d'abonnement présente l'avantage de lisser la trésorerie et de fidéliser ses clients (abonnements sur six ou douze mois). Cependant, ces sites sont confrontés à un effet de seuil qui les oblige à se diversifier, en ouvrant une boutique physique, comme Le Petit Ballon, par exemple.

LES CAVISTES

Une dispersion contre-productive

14 M€ de CA
156 sites

- 8 500 visites mensuelles/site

LES PRINCIPAUX ACTEURS
Lavinia, La Vinothèque, Inter Caves, Nicolas

Ils sont nombreux à disposer d'un site marchand, mais le chiffre d'affaires cumulé des cavistes sur la Toile reste petit. Et pour cause. Ils ont longtemps considéré que l'e-commerce représentait une menace pour les magasins physiques, note l'étude FranceAgriMer/Cniv. Certains cavistes pensent encore à l'e-commerce comme un service plutôt que comme un relais de croissance. Pour les cavistes indépendants, la livraison à domicile représente un coût difficilement supportable.

Tous droits réservés à l'éditeur

Radio

■ FRANCE BLEU LORRAINE NORD (14/01/20 à 17:18 | 00:04:17) : « France Bleu Lorraine Nord Soir » *Raffael Marseglia*
Une visite de L'Auberge Espagnole, au Centre Commercial Muse, est proposée. Itw d'Olivier, responsable. Son restaurant se trouve sur l'extérieur du Muse, à côté du caviste Nicolas.

Radio

■ SUD RADIO (04/01/20 à 12:41 | 00:12:42) : « IN VINO » *Alain Marty*
L'émission est en direct chez le caviste Nicolas.

Radio

■ SUD RADIO (05/01/20 à 12:30 | 00:26:56) : « IN VINO » *Alain Marty*
L'émission se déroule à la cave Nicolas de la place de la Madeleine, à Paris.

Radio

■ SUD RADIO (11/01/20 à 12:30 | 00:27:47) : « IN VINO » *Alain Marty*
L'émission se déroule à la cave Nicolas de la place de la Madeleine, à Paris.

Radio

■ SUD RADIO (18/01/20 à 12:31 | 00:28:34) : « IN VINO » *Alain Marty*
L'émission se déroule chez Nicolas, à Paris.

Radio

■ SUD RADIO (19/01/20 à 12:31 | 00:00:43) : « IN VINO » *Alain Marty*
L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

Radio

■ SUD RADIO (26/01/20 à 12:44 | 00:00:13) : « IN VINO » *Alain Marty*
L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.


VAL DE LOIRE
VINS DU MONDE
ESPACE CADEAUX
NICOLAS
4 bouteilles = 22€

PRODUITS

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 261464





Date : Du 08 au 14 janvier 2020
Page de l'article : p.35-36
Journaliste : Véronique BOUTILLER de SAINT-ANDRÉ

ici LA CUISINE

VÉRONIQUE BOUTILLIER DE SAINT-ANDRÉ

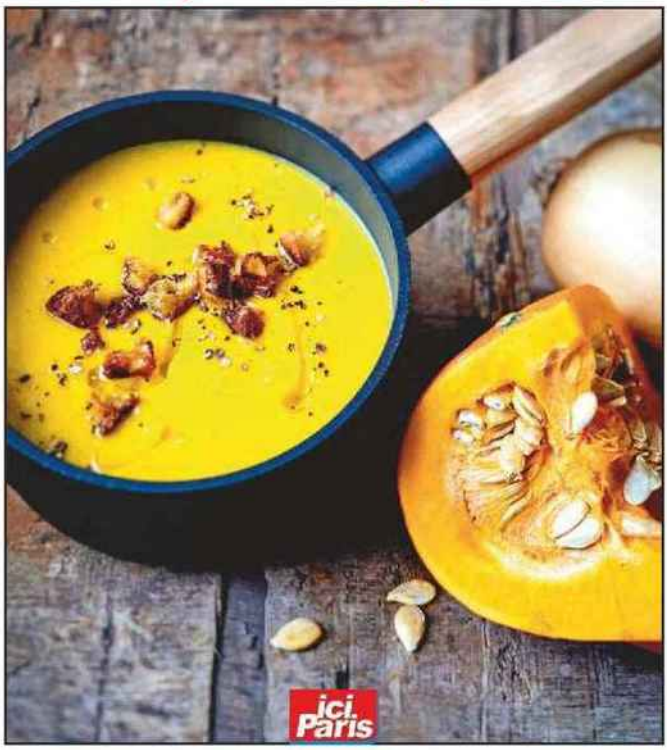


Par ici la bonne soupe !

La soupe réchauffe les longues soirées d'hiver, mais pas seulement… Faite maison, avec des légumes frais et de saison, elle apporte des sels minéraux, des nutriments et des fibres. Un mets idéal après les agapes de fin d'année. Selon vos envies, vous la ferez légère, à base de carottes, pommes de terre, poireaux, champignons, potiron, chou, herbes, épices… tout lui va ! Ou plus riche, en y associant des légumineuses ou des céréales. Au moment de servir, ajoutez des petits croûtons à l'ail, du fromage râpé, des chips de jambon, de la crème fraîche ou des oléagineux (noix…) torréfiés pour lui donner de l'éclat. ●

PLAT

Crème de potiron et ses petits croûtons



Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 261464

Date : Du 08 au 14 janvier 2020
Page de l'article : p.35-36
Journaliste : Véronique BOUTILLER de SAINT-ANDRÉ



Crème de potiron et ses petits croûtons

Extrait de La cuisine qui mijote et qu'on adore ! *de Marielle Steiner & Christophe Felder. Photo : Aimery Chemin. Éditions de La Martinière.*

POUR 6 PERSONNES

- 60 g de beurre
- 1 cuil. à s. d'huile d'olive
- 2 oignons
- 1 potiron moyen
- 2 pommes de terre moyennes
- 2 tranches de pain de mie
- sel
- poivre

1. Dans une cocotte sur feu doux, mettez à suer, dans 20 g de beurre et l'huile d'olive, les oignons coupés en petits dés. Ajoutez le potiron coupé en gros dés, ainsi que les pommes de terre également pelées et coupées en quartiers. Mélangez bien et couvrez les légumes d'eau froide. Salez et poivrez.
2. Laissez mijoter durant 30 à 40 minutes environ à demi-couvert puis mixez le tout afin d'obtenir un potage onctueux.
3. Dans une poêle, faites dorer les croûtons de pain de mie avec les 40 g de beurre restants. Déposez-les sur le potage juste avant de servir.

ET ON BOIT QUOI ? La Pierre à Fusil 2018, famille Bougrier, Valencay. Le nez expressif mêle des senteurs florales de glycine et lilas associées à des notes de fruits noirs, de poivron et de poivre. 6,50 €, *magasins Nicolas.*

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. Consommez avec modération.

Tous droits réservés à l'éditeur





Champagne Laurent-Perrier Rosé robe Zèbre

Robe or rose aux zébrures entrelacées tels les arômes très frais de fruits rouges, où se mêlent la framboise, la cerise et la groseille. Cet écrin haute couture, en série limitée, est un clin d'œil au règne animal célébré dans l'univers de la création, où python, léopard, panthère et zèbre forment un bestiaire contemporain et intemporel. 80€ chez Nicolas & cavistes

Tous droits réservés à l'éditeur

La VIGNE

Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 8513





Date : Janvier 2020
Page de l'article : p.66-68

DOSSIER

COGNAC
L'exception

À Cognac, le vignoble a jusqu'ici été trop occupé à produire pour passer en bio. Mais depuis que le principal acheteur demande l'abandon des herbicides, les choses changent.



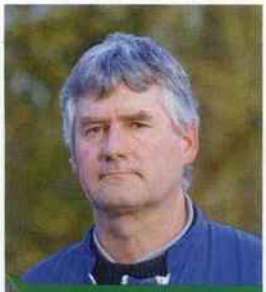
LA FILIÈRE BIO de Cognac, très marginalisée, commence à intéresser les acheteurs. J.-M. NOSSANT

Si le vignoble de Cognac est le plus vaste au monde destiné à produire une eau-de-vie de vin, c'est aussi le moins bio de France. Les 882 ha certifiés en 2018 et les 288 ha en conversion ne représentent que 1,5 % de ses surfaces. 94 exploitations seulement sont certifiées sur les 4 280 que compte la région. On note cependant un plus grand dynamisme de la filière bio sur la zone côtière et les îles de Ré et d'Oléron. Avec 218 ha en conversion (contre 70 ha en Charente), ces régions excentrées, peu prisées des négociants en cognac, sont davantage tournées vers la production de vin et de pineau des Charentes.

Dans l'AOC Cognac, les viticulteurs bio, précurseurs et marginalisés, ne peuvent pas être taxés d'opportunisme commercial. Ils vendent plus de 75 % de leur production sans valorisation particulière à des négociants qui l'intègrent comme ingrédient anonyme dans leurs assemblages de cognacs conventionnels. Le quart restant trouve des débouchés en vente directe et, plus récemment, auprès de nouveaux moteurs du développement du bio, au premier rang desquels figure la distillerie SVE, à Chevanceaux.

Engagée depuis 2008, SVE est devenue le plus gros acheteur de vins de distillation bio de la région. Récemment, elle s'est associée à Jean-François Rault, propriétaire de la distillerie du Peyrat, à Houlette (Charente), qui fut le premier et, pendant longtemps, le seul distillateur bio. SVE produit 500 à 700 hl d'alcool pur bio par an. Elle achète les vins à une trentaine de viticulteurs, confie une partie de leur distillation à du Peyrat puis vend les eaux-de-vie aux marques qui veulent ajouter un cognac bio à leur gamme.

Autre nouvel acteur, la coopérative Océalia. En 2017, celle-ci a lancé une filière bio avec plusieurs apporteurs de la cave de Siecq, en Charente-Maritime. Quant au plus grand vignoble bio de l'AOC, il est passé sous le drapeau du géant américain Sazerac en décembre 2016. « *Nous*



« Depuis qu'Hennessy demande à ses livreurs de bannir les herbicides d'ici 2028, tout le monde regarde les bios de près. »

Pascal Rousteau, président de Vitibio. © P. MÉNARD / SUD-OUEST

AVIS D'EXPERT

« Des coûts relativement peu éloignés du conventionnel »



MANON CATANIA, CA DE CHARENTE-MARITIME ET RÉSEAU FERMES DE RÉFÉRENCES BIO

« Onze domaines des deux Charentes composent notre réseau des fermes bio de références. Elles ont de 8 à 25 ha de vignes. Les unes sont 100 % viticoles, les autres ont aussi des grandes cultures. À ce jour, nous disposons des indicateurs de seulement six d'entre elles. C'est trop peu pour établir des statistiques fiables. Nous observons cependant que le coût de production à l'hectare est bien maîtrisé dans ce réseau et assez peu éloigné de celui des viticulteurs en conventionnel. Si le désherbage mécanique nécessite plus de main-d'œuvre et des investissements en matériel, les exploitants s'y retrouvent avec des coûts d'achat moins élevés en produits de traitement phytosanitaires. Le Pyrévert, seul produit autorisé en bio pour lutter contre la cicadelle de la flavescence dorée, trouble un peu l'équation en raison de son prix élevé (40 €/litre). La pénurie de main-d'œuvre et le coût prohibitif de certains matériels restent un frein au développement de la viticulture bio, surtout pour les domaines de plus de 25 ha. »

Tous droits réservés à l'éditeur

La VIGNE

Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 8513

Date : Janvier 2020
Page de l'article : p.66-68



BIO LE CLASSEMENT DES RÉGIONS



« La filière cognac souhaite que la moitié des surfaces soit certifiée en 2025. S'il vous plaît, faites que cela aille plus vite ! »

César Giron, PDG de Martell Mumm Perrier-Jouët. © A. DOYEN

avons 64 ha en production plantés en ugni blanc, folle-blanche, montils et sémillon, raconte Clive Carpenter, à la tête du domaine Sazerac de Segonzac. *Pour l'instant, nous ne commercialisons pas notre propre production ; nous la faisons vieillir. Notre projet est de faire valoir d'ici une dizaine d'années la diversité et la différence de nos cognacs produits en viticulture biologique. »*

En attendant, le nouveau propriétaire a lancé une gamme de cognacs conventionnels de négoce. Il étend son vignoble, a rénové la distillerie du XIXe siècle et fait sortir de terre des chais de vinification et de stockage dernier cri. *« Dans une décennie, l'ensemble de la région aura fait son chemin vers davantage de bio »*, reprend-il, confiant.

« La conscience environnementale explose sous la pression du grand négoce. Depuis qu'Hennessy, le n° 1 du cognac et principal acheteur, demande à ses livreurs de bannir les herbicides de leurs vignes d'ici 2028, tout le monde regarde les viticulteurs bio de près », souligne Pascal Rousteau, président de Vitibio, une association qui regroupe 35 viticulteurs des deux départements.

L'heure du bio va-t-elle bientôt sonner à Cognac ? Pas sûr. La filière a les yeux rivés sur les ventes mondiales de cognac qui ont passé la barre des 219 millions de bouteilles et qui battent record sur record, tant en volume qu'en valeur. Elle doit produire ! Les grands négociants augmentent leurs achats. Ils réclament de nouvelles plantations et des rendements plus importants aux viticulteurs.

Ce modèle économique et la bonne santé du cognac ne plaident pas en faveur d'un changement de pratiques. Pascal Rousteau le concède : *« Le rendement autorisé est supérieur à 14 hl d'alcool pur (AP) par hectare depuis deux ans. C'est très élevé et cela n'encourage pas les conversions, d'autant que dans un vignoble à gros rendements, le risque de mildiou est plus important. »*

Cependant, il est bien décidé à tordre le cou aux idées reçues. *« Non, on ne produit pas moins en viticulture biologique qu'en conventionnel,* insiste-t-il. *La diffé-*



Tous droits réservés à l'éditeur

La VIGNE

Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 8513

Date : Janvier 2020
Page de l'article : p.66-68



© J.-M. NOSSANT

SUR LE TERRAIN | **Philippe Guedon,** La Ferme bio de Ferrières, 8 ha de vignes et 100 ha de céréales, à Gourville.

rence vient principalement du fait que nos vignes sont plus âgées parce que nos pratiques permettent de pousser notre vignoble plus loin. Pour des vignes ayant entre 6 et 20 ans, le rendement en bio est de 12 hl d'AP par hectare. »

Ce contexte peu favorable au bio n'empêche pas les lignes de bouger. Le 16 novembre dernier, les viticulteurs réunis lors de l'assemblée générale de l'UVPC, la coopérative associée de la maison Martell, ont bien compris que les temps changeaient. César Giron, PDG de Martell Mumm Perrier-Jouët (MMPJ), a annoncé une prime de 30 € par hectolitre d'alcool pur pour tous les livreurs d'eaux-de-vie détenteurs du double label HVE et certification environnementale Cognac, fruit d'une démarche collective conçue par le Bnic. Une première !

Au-delà de l'encouragement, César Giron a exhorté les viticulteurs à intensifier leurs efforts en faveur de pratiques plus respectueuses de l'environnement. *« La filière cognac souhaite que la moitié des surfaces soit certifiée en 2025. S'il vous plaît, faites que cela aille plus vite ! Le cognac est un produit à cycle long. La conscience environnementale des consommateurs explose. »*

Près de 2 100 viticulteurs se sont engagés dans la démarche de viticulture durable Cognac à ce jour, soit environ 48 % des exploitations et 60 % des surfaces. L'objectif est que 100 % des viticulteurs soient engagés en 2021. Longtemps jugée archaïque, voire passéiste, la viticulture bio montre la voie, d'une certaine manière. Peut-être un jour l'exception deviendra-t-elle la règle. CHRISTINE CROIZET

« On cherche la meilleure formule pour le désherbage »

« Mes céréales sont déjà en bio depuis 2015. C'était donc cohérent de convertir aussi le vignoble. J'ai commencé en 2018. Pour le moment, je n'ai pas rencontré de difficultés particulières. Mais je ne suis pas totalement satisfait de la propreté sous les rangs. Pour le désherbage du cavaillon, j'ai utilisé le matériel de la Cuma que nous avons créée avec trois collègues viticulteurs dont deux bios : un intercep Actisol à lame et une paire de lames Pellenc surmontées d'un trèfle hydraulique. En vue de mieux contrôler l'herbe, nous envisageons d'acheter un porte-outil arrière pour l'équiper de tondeuses. J'ai aussi acheté un porte-outil entre-roues, des trèfles Boisselet et une décavaillonneuse que je vais installer sur un vieux tracteur. On se cherche un peu en ce qui concerne le désherbage du rang. Ce qui me rassure, c'est que les viticulteurs en conventionnel vont devoir y passer aussi. Côté rendement, on a subi comme tout le monde la grêle et le gel, mais je n'ai pas eu de perte sur les parcelles épargnées. Le seul frein au rendement, c'est le nombre de pieds à l'hectare : il ne faut pas de manquants. Ma seule inquiétude, c'est la réglementation sur le cuivre, avec la dose autorisée qui est passée de 6 à 4 kg/ha/an. En cas de fortes pressions, je crains que ce soit dur avec 4 kg. J'espère que des alternatives verront rapidement le jour. »

Société des vins et eaux-de-vie, un distillateur engagé

Basée à Chevanceaux, la Société des vins et eaux-de-vie (SVE) produit des cognacs bio depuis 2008. *« Nous avons toujours acheté les vins de distillation bio 15 à 20 % plus cher que les mêmes vins conventionnels, mais ce niveau de valorisation est difficile à tenir quand les prix proposés par le grand négoce ne cessent de grimper »*, explique Julien Nau, dirigeant de SVE. Pour mieux valoriser sa production, SVE a créé sa propre marque en juillet 2018. Avant cette date, elle revendait toutes ses eaux-de-vie en vrac à d'autres négociants. *« Nous lançons la marque de cognac bio Planat. En France, la qualité VSOP est distribuée par la chaîne de cavistes Nicolas au prix consommateur de 54,90 €/col. Je suis confiant pour la filière cognac bio. On sent un frémissement sur les marchés. Il y a dix ans, les débouchés se limitaient à la Scandinavie et la Californie. Ce n'est plus le cas désormais, alors que la conscience environnementale du consommateur s'éveille »*, poursuit Julien Nau. En plus d'être distillateur, ce dernier exploite 20 ha de vigne qu'il s'est décidé à convertir en bio, convaincu par ses fournisseurs.

Tous droits réservés à l'éditeur

https://blakemag.com/la-selection-de-champagne-pour-noel/
BLAKE MAG

La Sélection De Champagne Pour Noël

FACEBOOK TWITTER PINTEREST



Je me suis plongé avec délectation dans les bulles de la Champagne pour vous dénicher LES belles quilles de Noël. Pour fêter ce joli moment en famille voici un choix non exhaustif de merveilles champenoises.

https://blakemag.com/la-selection-de-champagne-pour-noel/
BLAKE MAG



-Cattier 2012 Brut millésimé :Nez : abricot, mirabelle. Bouche : ronde avec son passage en fût, noisette, pour une finale tendue. Ira bien sur l'apéritif. **Prix : 27 euros**



-Champagne Mousse Fils, Terre d'Illite 2013 – blanc de noirs : Nez : Prune et mirabelle Bouche : Très rond et beurré, il a une vrai belle longueur. Un champagne qui pourra accompagner tout le repas. **Prix : 50 euros**



-Les Jamelles méthode traditionnelle : Nez : agrumes, pomme verte Bouche : pomme, vif.
En début d'apéritif pour ouvrir les papilles à la fête. **Prix: 10 euros**



-SOLERA de chez Maurice GRUMIER : Nez : Nez complex, côte de boeuf, étrange mais à l'ouverture c'était flagrant. Bouche : Puissante, beurrée, tarte tatin, boisé, Très beau pour un repas de fête sur des volailles en sauces. **Prix: 25 euros**

https://blakemag.com/la-selection-de-champagne-pour-noel/
BLAKE MAG



-Piétrement Renard Vieilles Vignes 2012 Brut : Nez : Fruité et beurré Bouche : en bouche il est ample et puissant sur des bulles fines, fruité avec une fin noisette. Parfait sur tout le repas. **Prix: 25 euros**



-J.DE TELMONT sans soufre : Nez : Amande fraîche Bouche : coing, pomme, bien tendu. A servir pendant tout l'apéritif ou sur les fromages. **Prix: 42,5 euros**



-Frèresjean Frères 2012 cuvée des hussards : Nez : Citron, poire Bouche : Belle minéralité et des notes de fruits blancs et de figue. Il sait justement accompagner des huîtres. **Prix: 189 euros**

https://blakemag.com/la-selection-de-champagne-pour-noel/
BLAKE MAG



-BARDIAU Cuvée préface : Nez : amende, noisette, Bouche : belle minéralité. Si vous servez le saumon fumé avec cela en entrée ce sera l'accord parfait. **Prix:15,80 euros**



-Philippe GONET Millésime 2011 : Nez : pain toasté et miel d'Acacia Bouche : Ample et longue, beurré voir briochée même. Vin de gastronomie. **Prix: 50 euros**

https://blakemag.com/la-selection-de-champagne-pour-noel/
BLAKE MAG



-COLLET 2012 Collection Privée : Nez : Amande fraîche, chevrefeuille Bouche : Notes d'agrumes et belle tension minérale. **Prix : 59 euros**



-RARE millésime 2006 : Nez : Noix et fruits exotiques Bouche : Moka, vanille, fruits secs, complexe, riches , ample, un grand champagne. Très beau sur du veau ou des langoustines. **Prix: 132 euros. (Chez les cavistes Nicolas : nicolas.com)**

https://blakemag.com/la-selection-de-champagne-pour-noel/
BLAKE MAG



-LECLERC BRIANT Extra brut : Nez : Fleur blanche et brioche bien beurré se mêlent. Bouche : notes d'agrumes et une fin saline. Huîtres et saumon fumé de début de repas seront de jolis compagnons. **Prix: 40 euros**



-André HEUCQ Hommage parcellaire Les Roches : Nez : Mirabelle, biscuit Bouche : Complexe mêlant fruité et floralité pour finir sur une belle vivacité minérale. Sur un poisson en sauce. Une bouteilles rare puisque seulement 700 collets, un champagne à ne pas louper. **Prix: 66 euros**

https://blakemag.com/la-selection-de-champagne-pour-noel/
BLAKE MAG



-Tradition de DELAGNE : Nez : fruit rouge Bouche : très fraise des bois. Parfait pour le dessert et imbatable en rapport qualité / prix..**Prix : 18,99 euros**



-TER blanc de PHILIPPE GONET : Nez : finement pamplemousse, noisette grillée, vanille. Bouche : ample sur fleurs blanches, minérale en fin de bouche. Sur des desserts frais une tarte au citron par exemple.
Prix: 42 euros

https://blakemag.com/la-selection-de-champagne-pour-noel/
BLAKE MAG



-PETIT ET BAJAN sur la cuvée OBSIDIENNE Brut : Nez : Pêche, abricot Bouche : fraise des bois, groseille, pêche. Un champagne riche et soyeux à la fois. En duo sur le chapon, exquis. **Prix: 49 euros**



-Veuve Cliquot Grande dame cuvée 2008 : Nez : Bergamote, briochée, Bouche : fruit rouge et agrumes. Avec le foie gras **Prix: 150 euros**

Article rédigé par Alexis Dumétier

Illustration de couverture Agnes Solange (@agnes_solange_art)

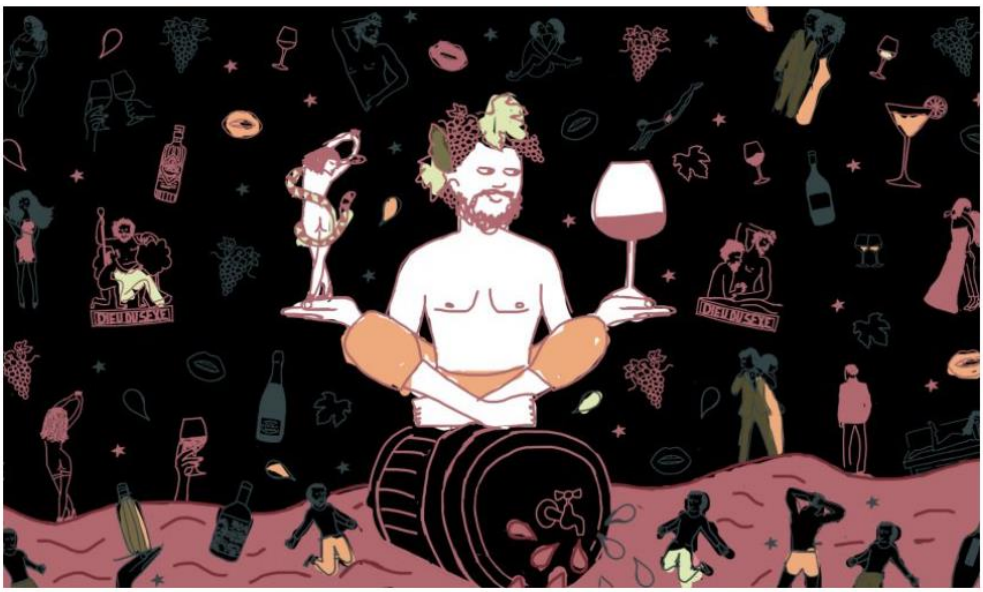
https://blakemag.com/la-selection-des-vins-et-spiritueux-de-noel/
BLAKEMAGE

ARCHIVES | LIFESTYLE | MAGAZINE

La Sélection Des Vins Et Spiritueux De Noël

ARCHIVES / LIFESTYLE / MAGAZINE • ADD COMMENT

FACEBOOK TWITTER PINTEREST



J'ai chevauché pour vous le tonneau de bacchus, découvert de beaux élixirs et je vous laisse ici quelques notes de ces dégustations afin de vous aider à faire votre choix pour le réveillon de Noël. Belles fêtes à toutes et tous.

https://blakemag.com/la-selection-des-vins-et-spiritueux-de-noel/
BLAKEMAGE

Vins Blancs



1 Château Maïme , Origine 2018 : Nez : poire blanche, amande fraiche, Bouche : côté floral , fleur blanche, poire, côté mirabel. Accords : poisson en sauce, volaille à la crème. Prix : 18,90 euros

2 Pouilly Fumé de Joseph Mellot, Domaine des Mariniers 2018 : Nez : salin et iodé Bouche : bonne tension minérale avec une fin très saline. Accords : huitres, Saint Jacques . Prix: 19 euros, Caviste Nicolas avec leur site **nicolas.com**



https://blakemag.com/la-selection-des-vins-et-spiritueux-de-noel/
BLAKEMAGE



3 Zephir de Domaine de la Navicelle, vin biologique côte de Provence 2014 : Nez : abricot, pruneau confit, légère note de noix. Bouche : belle fraicheur, très ample, fin de bouche un peu boisé. Accords : Pintade de morille. Prix: 23 euros



4 Pfaff Vendanges Tardives Gewurztraminer 2015 : Nez : vendange tardive, raisin confit, poivre de Timut, mirabelle très mûre. Bouche : confit, côté moelleux (sucré), miel. Accords : Foie gras, dessert, avec une tome. Prix: 25 euros

https://blakemag.com/la-selection-des-vins-et-spiritueux-de-noel/
BLAKEMAGE



5 Château de Rayne Vigneau , Sauternes 2010 : Nez : miel, fruit à coque, boisé. Bouche: miel, fruit confit, très belle longueur en bouche, noix, tarte tatin, beurré. Accords : Foie gras, dessert au chocolat, tarte tatin. Prix:43 euros



6 Château-neuf-du-Pape, Domaine du Grand Tinel 2015 : Nez: Sous bois, minéralité. Bouche: très élégant, belle tension minérale. Accord : bar de ligne. Prix : 28 euros

https://blakemag.com/la-selection-des-vins-et-spiritueux-de-noel/
BLAKEMAGE



7 Chablis Grand Cru 2017, Les Vaudésirs , Albert Bichot : Nez : chèvrefeuille, jasmin , beurré. Bouche : tension ,végétal, belle longueur en bouche. Accords : tourte aux champignons, huitres chaudes. Prix : 70 euros

8 Menetou Salon Joseph Mellot, 2018 Clauss du Pressoir : Nez : agrumes, minéral. Bouche: agrumes, côté gras. Accords : fruits de mer Prix : 14 euros. Caviste Nicolas avec leur site **nicolas.com**



https://blakemag.com/la-selection-des-vins-et-spiritueux-de-noel/
BLAKEMAGE

Les Vins Rouges :



9 Gérard Bertrand Le Viala 2016 : Nez : fruit noir, mentholé, eucalyptus. Bouche : assez tannique, fondu, fruit confit. Accords : gibier, viande en sauce. Prix : 44.5 euros Caviste Nicolas avec leur site **nicolas.com**

10 Menetou Salon Joseph Mellot 2017 : Nez : baie rouge, acidulé. Bouche: pépin de raisin, cassis, ample en bouche. Accords : viande blanche. Prix : 21 euros, Caviste Nicolas avec leur site **nicolas.com**



https://blakemag.com/la-selection-des-vins-et-spiritueux-de-noel/
BLAKEMAGE



11 Scamandre 2013 Côtières de Nimes : Nez: puissant, fruit noir, grillottte. Bouche: tannique, fruit noir, eucalyptus, ample, belle longueur, épice, poivré. Accords : viande, côte de boeuf grillée. Prix : 18 euros



12 Château Pibarnon 2015 : Nez: poivré, fruit confit, légère tension. Bouche: fruité, pépin de raisin, belle tension en bouche. Accords : Agneau, magret de canard Prix : 33 euros



13 Abbots Delauney Corbières 2017 A tir d'Ailes : Nez: épicé, poivré. Bouche: épice, eucalyptus, poivré. Accords : viande rouge en sauce, gibier. Prix : 12 euros

https://blakemag.com/la-selection-des-vins-et-spiritueux-de-noel/
BLAKEMAGE



14 Château Lamothe 2017 : Nez cerise, menthol. Bouche: fraicheur fin de bouche, cerise, fruit, tension fin de bouche. Accords : viande rouge. Prix 9,5 euros



15 Château d'Auzac 2016 Margaux : Nez: eucalyptus, framboise, cerise. Bouche: fruit, tension , vin de garde, herbacé avec le fruit. Accords : Côte de boeuf. Prix : 45 euros



16 Quinta do Pezegueiro Douro 2015 Domaines Roger Zannier : Nez: fruit noir confit, épice, poivre. Bouche : belle tension en fin de bouche, pépin de raisin. Accords : dessert au chocolat. Prix : 80 euros

https://blakemag.com/la-selection-des-vins-et-spiritueux-de-noel/
BLAKEMAGE



17 Saint-Emilion, La Grâce des Dieu des Prieurs 2014. La belle découverte de cette sélection : Nez: moka, garrigue. Bouche: moka, grillotte, belle ampleur, belle fraîcheur, légèrement menthollé, tabac blond. Accords : Prix : 180 euros / Coffret de Noël, Château La Grâce Dieu des Prieurs Collection Art Russe disponible à partir de 270 euros selon le millésime

Les Saké :



1 HOKUSAI assemblage 2019 : Assemblage de 3 sakés. Nez : lys, pêche. Bouche : complexe, florale et pêche. Accords : Chapon aux marrons, volaille à la truffe.



2 Imanishiki 2019 : Nez : pêche blanche, fleur blanche, brugnon. Bouche : pêche blanche, brugnon Accords : dessert, tarte au citron. Prix: 16 euros



3 Cocco saké : Nez : riz, truffe blanche. Bouche: truffe, champignon. Accords : carpaccio saint jacques, pâtes aux truffes. Prix: 16 euros

https://blakemag.com/la-selection-des-vins-et-spiritueux-de-noel/
BLAKEMAGE



4 Samuraï Saké : Nez : jasmin, mirabelle, très floral. Bouche : chocolat blanc. Accords : sieus complé. Prix : 20 euros

Les spiritueux :



1 Cognac maison Menard Xo réserve N : Nez: tabac brun, fève de tonka, boisé. Bouche: très rond, doux, note de vanille, belle longueur en bouche. Prix : 81 euros. Caviste Nicolas avec leur site **nicolas.com**



2 Maison Baché Gabrielsen american OAK : Nez: bois, vanille, agrumes. Bouche: vanille, réglisse, tonka, assez rond et boisé. Prix : 45 euros

https://blakemag.com/la-selection-des-vins-et-spiritueux-de-noel/
BLAKEMAGE



3 Armagnac Carafe XO Monluc : Nez: fruits exotiques, ananas, comme à sucre. Bouche: très boisé, tabac blond. Prix : 70 euros. Caviste Nicolas avec leur site **nicolas.com**

4 Clos Saint Joseph Marc et grappé de Bourgogne affiné en fût de Moscatel Millésime 2014 : Nez: bois, vanille, fruit de la passion, ananas. Bouche: fruit de la passion, côté boisé et doux, finalité pépin de raisin. Prix : 59 euros





5 Vodka L'orbe infusion caviar : Nez : très net de caviar sur fond de vodka.Bouche: très ample sur l'iode et la salinité du caviar, belle infusion caviar, donne l'impression d'avoir tout juste fini une cuillère de caviar. Prix : 150 euros



6 OUR Vodka Los angeles 2014 : Nez : sec et céréale. Bouche : pointe de vanille en fin de bouche, Prix : 19,90 euros

https://blakemag.com/la-selection-des-vins-et-spiritueux-de-noel/
BLAKEMAGE



7 Elephant Gin MWASHOTI : Nez : genièvre, poivre de Timut, combava. Bouche: très poivré, très herbacé. Prix : 47 euros



8 Gin du clos Saint Joseph L'Ô de J5 distillerie à Meursault : Nez : zeste de citron, cardamome. Bouche: yuzu, agrumes,orange, fraîcheur, poivre, poivre blanc. Prix : 30 euros



9 Gin Toveas : Bouche: citronné, fort en alcool, sensation très alcoolisée en bouche. à préférer pour les cocktails. Prix : 18,70 euros

https://blakemag.com/la-selection-des-vins-et-spiritueux-de-noel/
BLAKEMAGE



10 Rhum RON ABUELO 15 ans d'âge TAWNY : Nez: tabac brun, cherry, tarte tatin, sucre de canne, cuir retourné. Bouche: chocolat, grillade, très belle longueur, sweet: ample en bouche. Prix : 69 euros



11 Rhum Ron Zacapa Edicion Negra. Nez: chocolat praliné, vanille. Bouche: cuir, tonka. Prix : 68,90 euros



12 TiBio Ti punch de Mémée Célérina. Nez: agrumes, goyave. Bouche : goyave, fruit de la passion, banane vanillée. Prix : 42 euros



13 Rhum 3 rivieres La trilogie BOIS D'INDE : Nez: tabac, cherry. Bouche: épices, cuir, poivré, très ample et long en bouche, très élegant. Prix : De 134 euros à 193 euros la bouteille.

https://blakemag.com/la-selection-des-vins-et-spiritueux-de-noel/
BLAKEMAGE



14 Whisky The Balvenie American OAK 12 ans d'age : Nez: malt. Bouche: note de foin, de bois, vanille, pointe saline à la fin. Prix : 74 euros



15 DALMORE 12 ans d'age : Nez: prune très mure, bois, tabac blond. Bouche: tabac blond. Prix : 55 euros



16 LOST DISTILLERY LOSSIT CLASSIC BLENDED SCOTCH WHISKY ECOSSE : un tourbé magnifique : Nez: tourbé, fumé. Bouche: très ample, très expressif sur la tourbe fumé, belle tension à la fin presque saline. Prix : 53,00 euros



17 KUJIRA Single Grain 8 ans d'age Très belle expression du grain : Nez: céréale, chocolat blanc. Bouche: très vec, céréale en bouche. Prix : 90 euros



18 GLEN DRONACH Master vintage 93 magnifique vieux whisky : Nez: très fondu, goyave, cherry, orange, mangue. Bouche: complexe, épicée, cherry, fruit exotique mûre, malgré son âge belle tension en fin. Prix : 250 euros

Article rédigé par Alexis Dumetier

Illustration de couverture Agnes Solonge (@agnes_solonge_art)

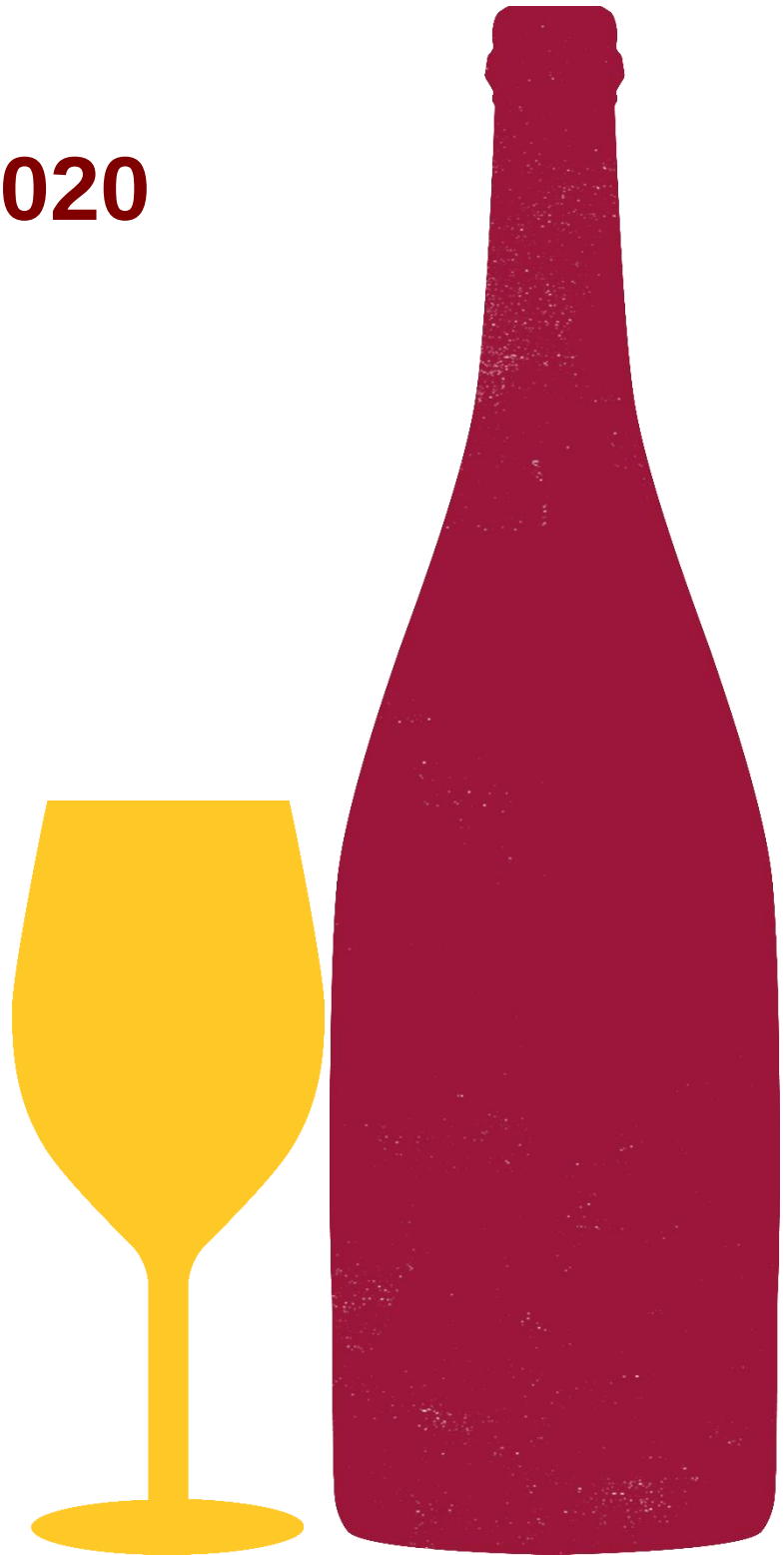
https://blakemag.com/la-selection-des-vins-et-spiritueux-de-noel/
BLAKEMAGE

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Février 2020



Omnicom
Public
Relations
Group



CORPORATE

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins



CORPORATE

CRAFT BEERS & CIE

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

https://www.businessmarches.com/comment-nicolas-elargit-expertise-cavistes-biere/



Comment Nicolas élargit l'expertise de ses cavistes à la bière

Publié par Franck Stassi le 4 février 2020

J'aime 20 Tweeter Share

Une enseigne dédiée (Craft beers & Cie), le recrutement d'une category manager et la sensibilisation des cavistes permettent à Nicolas de se diversifier dans la bière.

Nicolas amplifie ses efforts dans la bière, et a décidé de le faire savoir. Le caviste créé en 1822, qui compte 500 magasins en France (dont 320 en Ile-de-France), a lancé en septembre 2019 une enseigne dédiée, Craft beers & Cie, à Saint-Cloud (Hauts-de-Seine), dans un fonds de commerce qu'il exploitait déjà. « Depuis l'ouverture, nous rencontrons un succès d'estime sur une population

d'aficionados de la bière et auprès du grand public. Nos clients vins et spiritueux se mettent à découvrir la bière. Il faut que l'on atteigne nos objectifs pour développer l'enseigne », indique Christopher Hermelin, responsable marketing et communication.

Le concept mixe une boutique, un espace de dégustation et un atelier de brassage sur 400 mètres carrés, contre 60 à 70 mètres carrés dans un magasin Nicolas classique. « Depuis début 2019, nous sommes passés d'un fond de rayon anecdotique en bières à une offre renouvelée, et à une enseigne dédiée », se réjouit Christopher Hermelin. Carol-Ann Cailly a été recrutée comme chef de produit bière. Cette spécialiste du secteur édite le blog *Hoppy Hours* et a travaillé comme caviste. Le biérologue Cyril Hubert officie aussi en tant que consultant.

Un référencement à l'égal des vins et spiritueux

Ces signatures accompagnent la stratégie destinée à hisser Nicolas au même niveau d'expertise dans la bière que dans le vin et les spiritueux. « Des biérologues sont venus en boutiques pendant plusieurs mois. Nos cavistes font également preuve d'appétence. A chaque nouvelle référence, nous les impliquons dans le process. Nous avons aussi un laboratoire œnologique dédié. Depuis près de cinquante ans, si un produit ne passe pas ce filtre, il n'est pas référencé », rappelle Christopher Hermelin. Craft Beers & Cie ornera aussi les corners bière dans les magasins.

Nicolas, qui représente 300 millions d'euros de chiffre d'affaires, compte une clientèle en moyenne « âgée de plus de 45 ans, très CSP+, avec des implantations en hyper centres-villes », appuie le responsable marketing. L'enseigne s'est initialement développée en raisonnant par quartiers.

Un maillage très fort et un vivier de clients bien établi qui lui permettront sans doute de développer cette nouvelle catégorie. « Il y énormément de pédagogie à faire autour de la bière. Nous ciblons aussi une population beaucoup plus jeune. » Le pairing bières et spiritueux fait notamment partie des pistes envisagées pour rapprocher les deux mondes.

J'aime 20 Tweeter Share



CORPORATE

Concept Store

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

L'ADN

Date : 24/02/2020
Heure : 15:51:27
Journaliste : Arnaud Pagès

www.ladn.eu
Pays : France
Dynamisme : 3

Visualiser l'article

Comment réinventer la distribution ?



Comment tenir tête à Amazon et à Alibaba ? Les magasins ont-ils encore une utilité face au e-commerce ? Oui, à condition de se réinventer…

En 2018, le **e-commerce** a généré 2 131 milliards de dollars de recettes au niveau mondial, soit 14,3 % de plus qu'en 2017, selon la Fevad (Fédération du e-commerce et de la vente à distance). Et c'est loin d'être insignifiant : le secteur n'a beau représenter que 9 % des ventes en France, son chiffre d'affaires s'élève aujourd'hui à 92 milliards d'euros, soit 36 milliards de plus qu'en 2015.

Pour les **magasins physiques, la menace** devient plus sérieuse d'année en année. D'autant que les clients s'en mêlent et dénoncent leurs mauvaises expériences sans états d'âme et que les millennials sont des adeptes des achats en ligne.

Il y a donc urgence.

Supprimer les temps trop longs en magasin
Pour rester attractifs, les points de vente physiques **repensent l'expérience d'achat** et misent sur le digital pour injecter de la fluidité et de l'efficacité sur l'ensemble de leur chaîne de valeur.

Pour les consommateurs du XXI e siècle, il semblerait que les files d'attente menant à une caisse soient devenues un insupportable irritant. Ce temps perdu est de loin le premier motif d'insatisfaction des clients. Internet a modifié les comportements d'achat et tout doit désormais aller plus vite.

Parmi les solutions proposées pour répondre à ce besoin de rapidité, **certaines enseignes déploient des caisses automatiques** pour que les clients puissent scanner leurs produits eux-mêmes. En avril 2019, Casino a fait un pas de plus dans ce sens en ouvrant son hypermarché d'Angers le dimanche après-midi avec seulement des caisses automatiques. L'enseigne tente le grand saut digital avec le « 4 », une moyenne

Tous droits réservés à l'éditeur

surface sans aucun employé de caisse qui a ouvert sur les Champs-Élysées pour tester le paiement unique sur mobile.

Monoprix a décidé, fin 2018, d'enfoncer le clou de la fluidification en généralisant à tous ses magasins son application mobile Monop'Easy, laquelle permet de payer *via* un smartphone directement dans les rayons. Après avoir téléchargé l'application le client scanne les produits et les règle avec sa carte de crédit pendant qu'il fait ses courses.

Decathlon va encore plus loin avec la technologie RFID (Radio Frequency IDentification) qui se présente sous la forme d'une puce apposée sur les produits. Lors du passage en caisse, les paniers sont automatiquement scannés et le montant des achats est calculé en une poignée de secondes. Bien plus rapide que les caisses automatiques. Véritable code d'identification intelligent, il permet en outre de gérer plus efficacement les inventaires, de suivre les retours de produits, et d'accélérer les opérations logistiques lorsque les clients achètent en ligne. Et ce ne sont pas ses seuls avantages.

Engager le consommateur
Les programmes de fidélisation sont un *must* de la grande distribution , mais ils devenaient peut-être un poil ringards… Bonne nouvelle pour les distributeurs : ils sont sur le point de prendre un virage décisif avec la RFID : ce ne sont plus seulement les points de vente qui peuvent fidéliser les clients, mais les marques elles-mêmes. Grâce aux codes d'identification intelligents, ces dernières peuvent désormais adosser à leurs produits toute une série d'avantages, comme des remises commerciales ou des invitations à des évènements.

Le bon mix entre physique et numérique
Le *web-to-store* est devenu essentiel dans la stratégie des distributeurs pour faire venir les clients en magasin. Et ils peuvent compter sur l'intelligence artificielle et les solutions digitales pour leur apporter une aide précieuse. En Angleterre, le groupe Dixons Carphone, qui regroupe plusieurs enseignes spécialisées dans la vente de matériel électronique, a équipé son site Internet d'une technologie mise au point par Microsoft après avoir constaté que 90 % de ses clients se renseignaient d'abord en ligne avant de se rendre en magasin pour acheter. Le chatbot Cami, dopé à l'IA, peut s'assurer en quelques secondes de la disponibilité d'un produit, indiquer aux clients dans quel point de vente ils peuvent le trouver, et même les guider dans les rayons.

Ikea a de son côté investi le champ de la réalité augmentée pour convaincre ses clients de lui rendre visite. Le géant suédois a lancé en 2017 Ikea Place , une application sur smartphone qui permet aux consommateurs de visualiser, avant de se déplacer en magasin, que le meuble qu'ils souhaitent acheter est conforme à leurs attentes.

S'associer avec d'autres acteurs
Les grandes enseignes n'hésitent pas à sortir des sentiers battus notamment avec le « ***shop in shop*** ». Pour une marque, il s'agit d'installer un espace commercial dans le point de vente d'une autre marque, sous la forme d'un « *corner* » éphémère ou d'une boutique permanente, en opérant un rapprochement stratégique qui profitera aux deux parties. Les exemples de ce type se multiplient. La Fnac qui installe ses rayons à Intermarché, Go Sport qui vend ses produits dans un Géant Casino, Boulanger au BHV, le spécialiste de la puériculture Aubert qui ouvre un espace commercial à Carrefour, le caviste Nicolas qui s'allie à Comtesse du Barry pour lancer une enseigne commune… À l'instar de l'alliance entre la Fnac et Darty qui a permis au nouveau groupe ainsi créé d'augmenter son chiffre d'affaires de 1,9 % en 2017, ces nouvelles associations ont un impact sur l'image et le business.

Cet article est extrait du **Livre des tendances 2020 de L'ADN** . Pour vous le procurer, cliquez ici.

Tous droits réservés à l'éditeur

L'édito de notre partenaire, DS Smith Packaging :
Repenser l'emballage

Nous le notons au quotidien, les effets de la quatrième révolution industrielle sont de plus en plus prégnants : au niveau technologique, bien sûr, mais également démographique, économique, géopolitique, sociétal, avec un impact direct sur les attentes de consommation et les comportements d'achat. DS Smith se veut pleinement acteur de ces évolutions croissantes. Ainsi, forts de notre raison d'être « **repenser l'emballage pour un monde qui change** », nous accompagnons au quotidien nos clients pour aborder ces nouveaux challenges. Remplacement du plastique ; emballages connectés ; chasse au vide ; expérience client en e-commerce et en « brick & mortar » ; réflexion sur l'avenir des magasins traditionnels ; réponse aux nouvelles attentes des consommateurs et comportements d'achat : voilà nos défis, sur lesquels nos équipes sont pleinement mobilisées.

Armand Chaigne, Directeur Marketing, DS Smith Packaging France

Tous droits réservés à l'éditeur



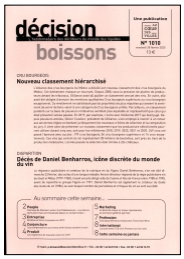
CORPORATE

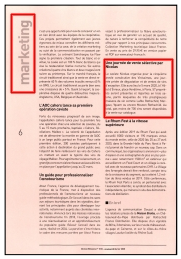
Vinissimes

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

DÉCISION boissons
L'hebdomadaire des décideurs du monde des liquides
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : 28 fevrier 2020
Page de l'article : p.6

marketing

Une journée de vente sélective par Nicolas

Le caviste Nicolas organise pour la cinquième année consécutive des Vinissimes, une journée privée de dégustation et de ventes de vins d'exception. Elle aura lieu le 5 mars 2020, à l'Hôtel d'Évreux, place Vendôme, à Paris. 57 propriétés seront présentes et réparties en trois salons, parmi lesquelles de très prestigieuses maisons de vin comme Lafite Rothschild, Margaux, Yquem ou encore Mouton Rothschild. Au total, pas moins de 700 vins seront disponibles à la vente sur catalogue.

Tous droits réservés à l'éditeur



CORPORATE

ENSEIGNE

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

VSB
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : 13 fevrier 2020
Page de l'article : p.4-5
Journaliste : IB

PEOPLE

Christopher Hermelin a fait entrer Nicolas dans l'ère numérique

Arrivé chez Nicolas fin 2018 comme manager de transition (VSB du 18 janvier 2019) afin de piloter la communication et le marketing, Christopher Hermelin explique qu'aujourd'hui la maison a pris conscience des enjeux de la communication et du marketing.

« L'enseigne et l'emplacement ne suffisent plus, mais il faut faire avec notre budget. Le chiffre d'affaires consolidé de Nicolas, c'est la moitié des investissements media de Leclerc ! » Exit les agences Australie et Rab Collins, le service marketing et communication fonctionne en interne avec dix personnes. En conservant un périmètre budgétaire équivalent, Nicolas a développé sa communication avec des campagnes d'affichage ciblées hors magasin. Le site a vu ses visites internet augmenter de 54 % en un an, avec 3 millions de visiteur uniques à fin 2019, dont 500 000 pour le seul mois de décembre. Le site rationalisé est désormais bien référencé par Google, avec 80 % de référencement organique. Les Vinissimes, salon de vente de prestige réservé aux meilleurs clients prépare sa 5e édition - à bureaux fermés - pour le 5 mars à l'Hôtel d'Evreux (Paris 1er). *(IB)*

Tous droits réservés à l'éditeur

T Techniques
S Sciences
M Méthodes
Pays : FR
Périodicité : Mensuel





Date : Fevrier 2020
Page de l'article : p.5-7
Journaliste : Thibault Lescuyer

ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Consigne des emballages : le verre revient sur scène, le plastique polémique

Désaccords sur le plastique, expérimentations prometteuses sur le verre. Le point sur les projets actuels de consigne et sur le rôle des collectivités.



Caisse de bouteilles consignées

« Nous allons créer le premier collège de notre future coopérative SCIC[1] en février, celui des producteurs », explique Célie Couché. Elle est fondatrice à Nantes de l'association « Bout' à Bout' ». Ce projet de filière de consigne de verre est l'un des plus prometteurs actuellement en France, selon l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe). En Pays de Loire, constate Agnès Jalier de l'Ademe, « il y avait déjà un laveur de bouteilles historique qui a facilité la mise en œuvre du système. Bout' à Bout' a pu venir en tant qu'intermédiaire, en démarchant les viticulteurs, brasseurs, producteurs de jus, pour définir un cahier des charges qui garantit les bons choix techniques et identifier les points de collecte ».

Démarré en Pays de Loire, Bout' à Bout' essaime depuis 2019 en Vendée et dans le Maine-et-Loire (en 2020). L'ambition est de laver et réemployer dix millions de bouteilles – vin, bière et jus – en 2030. Pour réussir, l'association fédère un nombre croissant de producteurs de boissons en s'appuyant sur des sous-traitants privés et de l'économie sociale et solidaire (ESS). Avec des arguments à la fois environnementaux, économiques et sociaux.

Intérêt environnemental de la consigne

Sur le plan environnemental, l'intérêt d'une consigne par rapport au recyclage du verre ne fait en effet plus de doute dès lors que certaines conditions sont remplies. « Notre évaluation, portant sur dix initiatives de consigne de bouteilles [publiée en octobre 2018], permet de dire clairement qu'un système de réemploi d'emballages de verre a toutes ses chances d'être performant à une échelle régionale », indique Agnès Jalier. Ces conclusions complètent celles d'une analyse de cycle de vie, conduite en 2009 pour le brasseur alsacien Météor. Il est seul metteur sur le marché, avec Kronenbourg en Alsace, à avoir préservé un tel système en France. La meilleure performance est avérée sur l'énergie, le CO_2 et l'eau, dès lors que le lavage est optimisé et que la consommation-réemploi a lieu sur une zone géographique restreinte :



Boutin services, prestataire de lavage de bouteilles

[1] Société coopérative d'intérêt collectif

Tous droits réservés à l'éditeur

entre 100 et 300 km de rayon, suivant les volumes consommés.

Metteurs sur le marché ou ESS ?

Au vu des dix initiatives évaluées, quels acteurs sont les mieux placés pour déployer des nouvelles consignes de verre ? En théorie, c'est le producteur conditionneur de boisson, dès lors qu'il maîtrise la logistique et la chaine de valeur. Mais dans les faits, aucun grand metteur sur le marché ne (re)déploie actuellement la consigne du verre, si ce n'est timidement le caviste Nicolas, qui a lancé fin 2018 un retour expérimental à la consigne... qui porte sur une unique référence de vin, et dont la généralisation n'est pas annoncée. Au vu de cette situation, l'ESS à l'échelle d'une région serait-elle le fédérateur pertinent ? C'est l'hypothèse que permet de dessiner le succès naissant de Bout' à Bout' et peut-être celui d'autres projets similaires en émergence comme « J'aime mes bouteilles » à Lons-le-Saunier (Jura) ou le projet « Ma Bouteille s'appelle revient » en Ardèche et dans la Drôme.

Les collectivités, facilitatrices

« Une collectivité peut clairement être facilitatrice », estime Agnès Jalier de l'Ademe, que ce soit en co-finançant des études amont ou plus si affinités. En Vendée, les élus du syndicat mixte Trivalis ont ainsi décidé d'apporter un soutien à Bout' à Bout' en achetant des caisses de collecte de bouteilles et en recrutant une animatrice de prévention, *via* une « aide au changement de comportement » de l'Ademe. La nouvelle recrutée aidera notamment à convaincre les quelques 130 producteurs de boisson du département que le système leur permet aussi d'économiser de l'argent.



Kiosque de collecte de bouteilles en plastique

Thomas Poirier, responsable du pôle prévention à Trivalis, voit beaucoup d'intérêt à la consigne. « On y voit un intérêt financier car la collecte et le traitement du verre nous coûtent aujourd'hui 30 euros la tonne, donc toute tonne détournée est bonne à prendre ». Et, ajoute-t-il, « il y a aussi les aspects environnementaux et le développement économique local ».

Quasi consigne du plastique

Le contraste est saisissant, entre ce pétillement discret autour du verre et les débats qui font rage, depuis fin 2019[2], sur les expérimentations de consigne pour recyclage des bouteilles plastique. Ils ont opposé le gouvernement allié aux industriels des boissons et les représentants des collectivités locales alliés à la fédération des recycleurs Federec[3]. Ces derniers prédisent un effet collatéral négatif d'une future consigne du plastique sur l'équilibre de la filière de collecte et de traitement, et le risque de contrarier l'actuel chantier d'extension des consignes de tri à tous les emballages plastiques, qui doit être généralisée d'ici 2022.

Dans ce contexte tendu, le déploiement du système de quasi-consigne de Reco France, filiale de Suez, signale une longueur d'avance sur ses concurrents. En 2017, Reco France a installé 100 kiosques de collecte avec gratification (bon d'achat) sur des parkings d'hypermarchés, grâce à un financement expérimental de l'éco-organisme Citéo, à hauteur de 596 euros la tonne de bouteille. « Notre système n'est pas de la consigne », précise François Demeure Dit Latte, ancien DG de l'éco-organisme Adelphe, devenu président de Reco France. Pour autant, ses machines, de technologie Tomra capables de compacter 24 m³,

[2] Le projet de loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire envisage (sous sa version du 10 janvier 2020) des systèmes de consignes pour les bouteilles plastique à partir de 2023, si à cet horizon les taux de collecte restent insuffisants par rapport à l'objectif de 90 % en 2029.

[3] Fédération professionnelle des entreprises du recyclage

Tous droits réservés à l'éditeur

sont d'après lui facilement adaptables à une consigne monétaire.
À la fois pour *booster* le taux de collecte des bouteilles et, sans doute, pour gagner en rentabilité voir en efficacité, Suez comme Veolia se déclarent favorables à la consigne du plastique. Sans toutefois un pilotage par un acteur de l'ESS et avec un rôle des collectivités restant à préciser. Sur les 100 kiosques de Reco France, 99 sont le fruit d'un partenariat avec l'hypermarché accueillant, et un seul, à Fouesnant dans le Finistère, s'associe à une collectivité locale.

Thibault Lescuyer

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 03/02/2020
Heure : 08:16:38
Journaliste : Vladimir Kauffmann

larvi.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

NICOLAS poursuit son développement à l'international

Avec plus de 500 magasins en propre en France, NICOLAS poursuit son développement à l'international et ouvre deux franchises supplémentaires en Espagne (Marbella) et en Chine (Taïwan). NICOLAS compte à présent 8 pays franchisés.



Pionnier dans l'implantation de caves de proximité, NICOLAS représente avec ses 558 magasins en propre, le premier réseau de cavistes de l'hexagone.

Après avoir eu pour objectif de garantir une expérience unique de dégustation, un conseil personnalisé et une proximité de service optimal à chacun de ses clients partout en France, l'enseigne NICOLAS mise sur une nouvelle stratégie de développement : ouvrir son réseau dans de nouvelles zones à l'international.

Dans ce contexte, NICOLAS ouvre deux franchises à Taiwan et à Marbella en Espagne. La première a ouvert ses portes en octobre dernier et la seconde en fin d'année. Le réseau de franchise de NICOLAS arrive désormais à 8 pays franchisés et 2 DOM-TOM (Royaume-Uni, Liban, île de la Réunion, île Maurice, Madagascar, la Guyane, la Martinique et Maroc).

Le caviste souhaite ainsi dupliquer son modèle de franchises en collaborant avec des commerçants-entrepreneurs connaissant parfaitement leurs zones de chalandise, pour offrir ainsi à un autre type de clientèle, plus nomade et internationale, un service similaire à celui proposé en France.

Tous droits réservés à l'éditeur

www.memento.fr
Pays : France
Dynamisme : 5

Visualiser l'article

Castel Covino inaugure la huitième Cave Nicolas



Le 13 février, Castel Covino inaugurera la 8ème cave Nicolas réunionnaise (également 12ème cave Nicolas de l'océan indien) à Saint Leu. Objectif de croissance atteint pour l'entreprise portoise, qui a également ouvert une deuxième cave à Madagascar il y a quelques semaines. Une troisième suivra dans le courant de l'année. Ce 13 février 2020, Castel Covino inaugurera sa huitième enseigne Nicolas de l'île à Saint Leu, 183 rue du général Lambert. C'est Johanna Faliu diplomée d'une licence pro commerce et vin mais aussi du WEST Level 3 Wines Certified qui en sera la responsable. La Wine & Spirit Education Trust (WSET), créé en 1969 à Londres, est le plus important institut de formation en vin et spiritueux au niveau international. C'est donc une experte qui accueillera les amateurs de bons vins dans la nouvelle cave de 75 m2...

Article avec accès abonnés : https://www.memento.fr/article_03-02-2020-castel-covino-inaugure-la-huitieme-cave-nicolas

Tous droits réservés à l'éditeur





©Droits réservés

La nouvelle cave de 75 mètres carrés propose plus de 600 références de vin.

Une huitième cave pour Nicolas

La huitième cave Nicolas à La Réunion a ouvert ses portes à Saint-Leu début décembre. C'est Johanna Faliu, diplomée du Wine & Spirit Education Trust, le plus important institut de formation en vin au niveau international, qui accueillera les amateurs de bonnes bouteilles dans la nouvelle cave de 75 mètres carrés et les orientera parmi plus de 600 références de vin. *« À La Réunion, le chiffre d'affaires des caves Nicolas reste en croissance avec + 11 % en 2019 par rapport à l'année précédente »*, confie David Cailleux, directeur chez Castel Covino de la master franchise Nicolas sur l'océan Indien. Castel Covino compte également deux caves à Maurice et deux à Madagascar ; une troisième cave est en prévision pour 2020 à Madagascar.

Tous droits réservés à l'éditeur

where
Local Guides. Worldwide.
Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 50856



Date : Fevrier 2020
Page de l'article : p.66-69

Address Book

DINING

For more detailed listings | wheretraveler.com/paris

DINING ON THE SEINE

Bateaux-Mouches - Classic French (€€€)
Enjoy a romantic dinner cruise on the Seine river enchanted by violin and piano music. Daily departures for dinner at 8:30pm. On Sat, Sun and public holidays lunches at 1pm (with country music). *Port de la Conférence, Pont de l'Alma (8th), 01.42.25.96.10. Metro: Alma-Marceau*

Bateaux Parisiens - Classic French (€€€)
Enjoy a three or four course lunch or dinner on board these boats as they take you on a tour of Paris on the Seine. The menus change with the seasons. The lunch menu can include chilled green asparagus with mozzarella and for a main free-range chicken with mashed potatoes. Dinner choices can include smoked salmon to start and as a main filet of sea bass. Reservations required. *Port de la Bourdonnais (7th), 01.76.64.14.45. Metro: Trocadéro*

Yachts de Paris - Classic French (€€€€€)
The most luxurious of all the river boats serves up gourmet dinner cruises in collaboration with the French house of gastronomy Lenôtre. The seasonal menu includes noble products and dishes that have been elaborated exclusively for the cruise. *Port Henri IV (4th), 01.44.54.14.70. Metro: Pont de Sully*

FOOD & WINE

Beaupassage
This calm, greenery-filled, open-sky passageway dedicated to gastronomy, art and well-being is lined with eateries and food shops from the stars of French cuisine including Thierry Marx, Yannick Alléno and Pierre Hermé. Daily B, L & D. *53-57 rue de Grenelle (7th), Metro: Rue du Bac*

Fauchon
A celebrated food emporium with an excellent selection of wines, along with foie gras, caviar, exotic fruit, chocolates, teas and spices. Also offers top-notch take-out meals. Amazing gift baskets make for a perfect offering for all foodies. *30 Place de la Madeleine (8th), 01.70.39.38.00. Metro: Madeleine*

La Grande Epicerie Rive Droite
This high end grocery store carries superb and carefully selected meats, fish, cheeses and produce as well as a full range of gourmet products ranging from spices to teas and coffees, condiments, a host of sweet treats and more. There is a fine selection of beers, wines and spirits and a luxury counter with truffles, smoked salmon and caviar and other delicacies. *80 rue de Passy (16th), 01.44.14.38.00. Metro: La Muette*

La Maison Plisson
This grocery store carries a full range of excellent, carefully sourced products ranging from meats to cheeses to cold cuts and fresh fruits and vegetables. Homemade juices, fine wines and fresh breads are all available and there is a restaurant serving breakfast, lunch and light meals and snacks. *93 blvd Beaumarchais (3rd), 01.71.18.19.09. Metro: Saint Sébastien-Froissart*

Nicolas
The celebrated Parisian wine shops offer a wide range of reds, whites, rosés, champagnes and liquors for all budgets. A warm welcome and excellent advice are hallmarks of Nicolas. The three-storey Place de la Madeleine boutique is the largest and features a wine cellar. An on the premises wine bar is opened Mon-Fri noon-8pm/Sat noon-3pm. *31 Place de la Madeleine (8th), 01.42.68.00.16. Metro: Madeleine*

AROUND LOUVRE & PALAIS ROYAL (1st, 2nd)

Aux Lyonnais - Bistro (€€)
A beautiful 1890 bistro now co-owned by superchef Alain Ducasse, offering spiffed-up and modernized Lyon specialties: baked eggs with crawfish, roast chicken with mushrooms, tomatoes and onions in vinegar glaze. Tue-Fri L&D, Sat D. *32 rue Saint-Marc (2nd), 01.42.96.65.04. Metro: Richelieu-Drouot*

Bistro Volnay - Bistro (€€€)
Good, authentic French food in a relaxed, friendly setting with a first-rate wine list including an excellent value Volnay. The cheese tray is superb and generously served. Mon-Fri L&D. *8 rue Volney (2nd), 01.42.61.06.65. Metro: Opéra*

Canard & Champagne - Classic French (€€)
This charming restaurant serves two of France's most emblematic foodstuffs, duck and champagne. French-raised duck is served deliciously as foie gras, confit (preserved in its own fat and grilled) and magret (duck breast). There is a superb selection of champagnes as well. Daily L&D. *57 Passage des Panoramas (2nd), 09.81.83.95.69. Metro: Grands Boulevards*

Champeaux - Brasserie (€€)
This Alain Ducasse brasserie, located beneath the canopy of the Forum des Halles centre, is a fine spot for a nice lunch, inventive cocktails with tapas or dinner. Traditional brasserie fare is on the agenda like cold cut platters and onion soup as well as a selection of marinated raw fish dishes and an array of soufflés, the house's signature dish. Daily L & D. *Forum des Halles, Porte Rambuteau (1st), 01.53.45.84.50. Metro: Les Halles*

Clover Grill - Steakhouse (€€€)
The latest offering from French chef Jean-François Piège sees carnivores treated to the best steak in town. Black Market beef from Australia and Prime Angus beef from Kansas are only some of the cuts found on the menu alongside cocktails created by the talented trio behind the Experimental Cocktail Club especially for the restaurant. Daily L&D. *6 rue Bailleul (1st), 01.40.41.59.59. Metro: Louvre-Rivoli*

Djakarta Bali - Indonesian (€)
An excellent restaurant run by a charming, English-speaking brother-and-sister team. Try lumpia (deep-fried spring rolls), or ayam jahe (chicken caramelized in ginger). Wen-Sun L&D, Tues L only. *9 rue Vauvilliers (1st), 01.45.08.83.11. Metro: Louvre-Rivoli*

Le Grand Véfour - Modern Classic (€€€€)
The opulent two-star restaurant in the Palais Royal arcades that has been serving the Parisian beau monde since the 1700s. Among chef Guy Martin's superb dishes are the foie gras ravioli with truffle jus. Mon-Fri L&D, Fri. L only. *17 rue de Beaujolais (1st), 01.42.96.56.27. Metro: Palais Royal*

Le Meurice-Alain Ducasse - Modern Classic (€€€€€)
A stunning 18th-century room offers a gastronomic menu featuring sumptuous 2-star cuisine that changes with the seasons. Mon-Fri L&D. *Hôtel Meurice, 228 rue de Rivoli (1st), 01.44.58.10.44. Metro: Tuileries*

Le Restaurant du Palais Royal - Contemporary (€€)
Fine contemporary French cuisine can be savoured in this one-star restaurant with an elegant and cosy atmosphere overlooking the beautiful gardens of the Palais Royal. Chef Philip Chronopoulos prepares traditional dishes like lamb T-bone served with sweet peas and seaweed, and caramelised duck served with a sweet apricot jus and carrot puree. Tues-Sat L&D. *110 Galerie de Valois (1st), 01.40.20.00.27. Metro: Palais Royal*

Reservations for most restaurants are strongly advised. Check when booking that the restaurant will accept your credit card. B, L & D: Breakfast, Lunch & Dinner



Le Meurice - Alain Ducasse | **MODERN CLASSIC (1st)**



Bistro Volnay | **BISTRO (2nd)**

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Soufflé - Classic French (€€)
This is the place to taste one of France's finest specialties, the souffle. Attentive service and superb quality await in this restaurant established in 1961. Faithful to traditional cuisine, in addition to over 20 different kinds of souffles, a classic French menu is proposed. Mon-Sat L&D. *36 rue du Mont Thabor (1st), 01.42.60.27.19. Metro: Concorde*

LE MARAIS (3rd, 4th)

Bofinger - Brasserie (€€)
A landmark brasserie with a sensational Belle Epoque decor. Keep it simple here: steak tartare, oysters and big seafood platters. Daily L&D. *5-7 rue de la Bastille (4th), 01.42.72.87.82. Metro: Bastille*

Breakfast in America - American (€€)
For a traditional American Diner serving classic comfort food - including real burgers and breakfasts (omelets, bagels and yummy pancakes with real maple syrup etc.), plus fresh milkshakes and much more. Receive 10% off when you order breakfast anytime of the day by showing our ad. Daily B, L&D. *4 rue Malher (4th), 01.42.72.40.21. Metro: Saint-Paul*

L'Ambroisie - Haute Cuisine (€€€€€)
In a beautiful 17th century mansion in the Place des Vosges, media-shy three-star chef Bernard Pacaud is renowned for splendid renditions of deceptively simple dishes such as lobster ravioli with truffles or langoustine feuillantine with sesame and curry. Tue-Sat L&D. *9 Place des Vosges (4th), 01.42.78.51.45. Metro: Saint-Paul*

L'Ami Louis - Bistro (€€€€)
A classic bistro known for huge portions of foie gras and exorbitant prices. People tend to love it or hate it, and well-heeled tourists reserve weeks in advance. Wed-Sun L&D. *32 rue du Vertbois (3rd), 01.48.87.77.48. Metro: Arts et Métiers*

QUARTIER LATIN & SAINT-GERMAIN (5th, 6th)

Alcazar - Brasserie (€€€)
This family-owned Parisian restaurant offers a harmonious atmosphere highlighted by luxuriant vegetation. You might try a beet, goat cheese and hazelnut salad for starters then try a nicely spiced shoulder of lamb with apricots for a main. Meanwhile cocktails can be enjoyed up on the balcony. Daily L&D, closed Sun & Mon in the summer. *62 rue Mazarine (6th), 01.53.10.19.99. Metro: Odéon*

Au Moulin à Vent - Bistro (€€)
This charming bistro located in one of the oldest neighbourhoods in Paris is known for the quality of its Salers beef and its specialties of the Beaujolais region. Tues–Fri L&D/Sat D only. *20 rue des Fossés-Saint-Bernard (5th), 01.43.54.99.37. Metro: Jussieu*

Bouillon Chartier Montparnasse - Classic French (€)
Sumptuous food in a sumptuous decor. A stunning Art Nouveau setting in this registered historical monument surrounds you as you delight in a fine selection of traditional brasserie fare. Daily L&D. *59 blvd Montparnasse (6th), 01.45.49.19.00. Metro: Montparnasse-Bienvenue*

Café de Flore - Bistro (€€)
The legendary café made famous in the 1950s by Jean-Paul Sartre, Simone de Beauvoir and other Left Bank intellectuals. The atmosphere is still Parisian, the fare limited to (expensive) drinks and light meals and traditional desserts. Daily 7:30 am-1:30 am. *172 blvd Saint-Germain (6th), 01.45.48.55.26. Metro: Saint-Germain-des-Prés*

Café des Deux Magots - Café (€€)
The other legendary Left Bank café, still going strong long after its 1950s heyday. The prices are equally high, but it remains an authentic Parisian favourite. Daily 7:30 am-1:30 am. *6 Place Saint-Germain (6th), 01.45.48.55.25. Metro: Saint-Germain-des-Prés*

Marsan-Hélène Darroze - Southwestern French (€€)
Young chef Hélène Darroze serves up southwestern French specialties in this contemporary one-star restaurant. The casual ground floor Salon d'Hélène serves upscale tapas. Mon-Fri L&D. *4 rue d'Assas (6th), 01.42.22.00.11. Metro: Sèvres Babylone*

La Méditerranée - Seafood (€€)
A bright and beautiful, mostly seafood restaurant with marvelous wall paintings and a glass-walled terrace facing the Odéon theater. It once welcomed the likes of Liz Taylor and Orson Welles, as the discreet photos on the stairwell attest. Daily L&D. *2 Place de l'Odéon (6th), 01.43.26.02.30. Metro: Odéon*

Lapérouse - Gourmet (€€€)
This elegant restaurant right on the Seine serves finely prepared gastronomic French cuisine. Chef Jean-Pierre Vigato is at the helm of this establishment and desserts are by Christophe Michalak. Private dining rooms may be reserved as well. Tues-Fri L&D, Sat D only. *51 Quai des Grands Augustins (6th), 01.43.26.68.04. Metro: Saint-Michel*

La Tour d'Argent - Classic French (€€€€€)
A Paris institution from another era, now with only one star, but still offering its famous numbered pressed duck and an absolutely magical view of Notre-Dame. Tues-Sat L&D. *15-17 Quai de la Tournelle (5th), 01.43.54.23.31. Metro: Maubert-Mutualité*

Le Select - Brasserie (€€)
This all time favourite in the Montparnasse neighbourhood is a great place for drinks, traditional fare and people watching. Enjoy classics like French onion soup, a Niçoise salad or lamb chops with fresh herbs in a 1920s interior. Sun-Tues 7am-2pm, Fri & Sat until 3am. *99 blvd du Montparnasse (6th), 01.45.48.38.24. Metro: Vavin*

Relais Louis XIII - Classic French (€€€€)
In a wood-beamed medieval townhouse, this 1-star restaurant serves delicious dishes revolving around seasonal products. Fine wine list. Tue-Sat, L&D. *8 rue des Grands-Augustins (6th), 01.43.26.75.96. Metro: Saint-Michel*

Ze Kitchen Galerie - Fusion (€€)
Ze silly name aside, chef William Ledeuil's chic 1-star restaurant offers excellent soups, marinated fish, pasta starters and main courses a la plancha. Mon-Fri L&D,. *4 rue des Grands-Augustins (6th), 01.44.32.00.32. Metro: Saint-Michel*

AROUND THE EIFFEL TOWER & LES INVALIDES (7th)

Arpège - Contemporary (€€€€€)
Three-star chef Alain Passard's menu is now half vegetarian serving ravioli with vegetables, Cévennes onions with Parmesan, and his famous tomato dessert - though carnivores can find dishes like squab with sugared almonds. Mon-Fri L&D. *84 rue de Varenne (7th), 01.47.05.09.06. Metro: Varenne*

L'Atelier de Joël Robuchon - Bistronomy (€€€)
The 2-star lunch-counter restaurant of chef Joel Robuchon serves contemporary French dishes such as a foie gras burger. Daily L&D until *11 pm. 5 rue Montalembert (7th), 01.42.22.56.56. Metro: Rue du Bac*

Key to dining prices per person for 3 courses without wine: € = 30€ or less, €€ = 31-50€, €€€ = 51-100€, €€€€ = 101-150€, €€€€€ = 150€ and above



Hélène Darroze | **SOUTHWESTERN FRENCH (6th)**



L'Atelier de Joël Robuchon | **BISTRONOMY (7th)**

Tous droits réservés à l'éditeur

Jules Verne - Haute Cuisine (€€€€)
This gastronomic gem in the Eiffel Tower is one of the great gourmet destinations in the French capital. Today with the leading chef Frédéric Anton at the helm, the menu revolves around noble products like truffles, crab, crayfish, high quality farm poultry and chocolate. Treat yourself to "haute-cuisine" with the most spectacular view of Paris. Daily L&D. *Eiffel Tower, 2nd floor (7th), 01.45.55.61.44. Metro: Bir-Hakeim*

Les Ombres - Contemporary (€€€€)
The spectacular glass-domed rooftop restaurant of Musée du Quai Branly, directly beneath the Eiffel Tower. Contemporary French with an exotic touch: foie gras terrine with mango chutney, mushroom pasta and duck breast with cherry sauce. Daily L&D. *27 Quai Branly (7th), 01.47.53.68.00. Metro: Alma-Marceau*

Le Récamier - Classic French (€€)
This quintessential Parisian restaurant nestled on a quiet pedestrian street serves traditional French cuisine. Starters include homemade foie gras while a favourite main is the beef filet in pepper sauce. But the house is famous for its fine selection of soufflés, both sweet and savoury. Daily L&D, continuous service. *4 rue Récamier (7th), 01.45.48.86.58. Metro: Sèvres-Babylone*

AROUND THE CHAMPS-ELYSÉES (8th)

114 Faubourg - Brasserie (€€€)
An elegant 1-star establishment in the Bristol Hotel proffers superb cooking from three-star chef Eric Frechon in a delightful duplex space. Daily, L&D. *114 rue du Fbg Saint-Honoré (8th), 01.53.43.44.44. Metro: Miromesnil*

39V - Contemporary (€€€)
This glamorous one-star restaurant, in the heart of the Golden Triangle, sports a modern, streamlined décor. The fish dishes are excellent as is the cheesecake. Mon-Fri L&D. *39 ave George V (8th), 01.56.62.30.05. Metro: George V*

Apicius - Contemporary (€€€€)
The one-star restaurant of chef Jean-Pierre Vigato, offering a mix of modern and country cooking: lobster ravioli, potato charlotte with caviar. Mon-Sat L&D. *20 rue d'Artois (8th), 01.43.80.19.66. Metro: Saint-Philippe-du-Roule*

Epicure - Gourmet (€€€€€)
The beautiful dining room looks out over the hotel's French garden and is a perfect setting for three-star chef Eric Frechon's remarkable cuisine. Daily B, L&D. *Hôtel Le Bristol, 112 rue du Fbg Saint-Honoré (8th), 01.53.43.43.00. Metro: Miromesnil*

Ladurée Champs-Elysées - French Pastries (€€)
Every day from 7.30 am to midnight, Ladurée serves breakfast, lunch, tea time and dinner. On the ground floor the "Eiffel Veranda" as well as the outdoor terrace overlook the glamorous Avenue des Champs-Elysées. *75 ave des Champs-Elysées (8th), Metro: Franklin D. Roosevelt*

Laurent - Gourmet (€€€€)
This gourmet 1-star Michelin restaurant serving sophisticated cuisine in a beautiful setting with a garden is a Parisian institution. The finest produce and products are used to prepare seasonal French cuisine with a contemporary touch. Mon-Fri L&D, Sat D only. *41 ave Gabriel (8th), 01.42.25.00.39. Metro: Champs-Elysées Clemenceau*

Lasserre - Classic French (€€€€)
Chef Michel Roth serves an authentic and refined cuisine revolving around fresh produce in this historic one-star restaurant with its gliding sunroof ceiling. Tues-Sat D only, Thu-Fri L. *17 ave F. Delano Roosevelt (8th), 01.43.59.02.13. Metro: Franklin D. Roosevelt*

Le Camondo - Contemporary (€€€)
This delightful restaurant in a private mansion is adjacent to the museum of the same name. The menu changes with the seasons and can include a crab and grapefruit salad for starters followed by filet of duck breast with figs. There are a host of homemade pastries for dessert. Tues-Sat L&D, Sun L only. *61 bis rue de Monceau (8th), 01.45.63.40.40. Metro: Villiers*

Le Clarence - Gourmet (€€€€€)
This beautifully appointed 2-star restaurant in a majestic private mansion, the Hôtel Dillon, serves the finest in French gastronomy in an 18th century setting. The prix-fixe menus revolve around carefully prepared classical French dishes made with seasonal products and the restaurant has an exceptional wine list. Wed-Sat L&D, Tues D only. *31 ave Franklin D. Roosevelt (8th), 01.82.82.10.10. Metro: Franklin D. Roosevelt*

Pavillon Ledoyen - Gourmet (€€€€€)
This 3-star restaurant in an elegant 18th-century pavilion with a Napoleon III decor in the gardens of the Champs-Elysées, where chef Yannick Alléno serves his unique gastronomic cuisine. Daily D. *Carré des Champs-Elysées (8th), 01.53.05.10.00. Metro: Champs-Elysées-Clemenceau*

Les Confidences du San Régis - French (€€€)
In the chic 8th arrondissement just a few steps from the Avenue des Champs-Elysées is where you will find Hôtel San Régis's cosy winter garden restaurant. Under an illuminating glass roof guests are invited to sample French dishes including duck foie gras and a scallops millefeuilles. Tues-Fri L&D, Mon L only. *12 rue Jean-Goujon (8th), 01.44.95.16.16. M° Champs-Elysées-Clémenceau*

Monsieur - French (€€€€)
This contemporary hotel restaurant serves authentic French cuisine inspired by the countryside. The menu changes every month, with a different region celebrated and served up using the freshest ingredients. Mon-Fri L&D. *Hotel Lancaster, 7 rue de Berri (8th), 01.40.76.40.18. Metro: George V*

Maison Blanche - Contemporary (€€€€)
Chef Fabrice Giraud prepares savoury and refined fare that changes with the seasons. Located on the 7th floor of the Théâtre des Champs-Elysées, the restaurant with its garden terrace overlooks the Eiffel Tower. Mon-Fri L&D/Sat L. *15 ave Montaigne (8th), 01.47.23.55.99. Metro: Alma Marceau*

Manko Paris - Peruvian (€€)
This charming Peruvian restaurant serves up authentic fare in a beautiful setting. Try specialities like the causa, a mashed potatoes dish seasoned with lime and chilli peppers, ceviches or ember oven-cooked dishes like jumbo prawns flavoured with Nikkei marinade and served with grilled shitake mushrooms. Mon-Fri L&D, Sat D only. *15 ave Montaigne (8th), 01.82.28.00.15. Metro: Alma-Marceau*

AROUND OPÉRA GARNIER & PIGALLE (9th, 10th, 18th)

CoCo - Contemporary (€€€)
This delightful restaurant in the Garnier Opera House serves delicious contemporary cuisine in a refined atmosphere. Starters include tuna tataki and sea bream tartar while good mains include filet of cod and a French-style veal chop served with mashed potatoes. And for dessert enjoy an Opéra pastry, thin sheets of chocolate filled with a coffee cream. Daily B, L & D. *Palais Garnier, 1 Place Jacques Rouché (9th), 01.42.68.86 80. Metro: Opéra*

Friends & Family - Bistro (€€)
This charming Parisian restaurant offers up classic French, seasonal fare in a warm and welcoming atmosphere. Tues-Fri L&D Sat D only. *18 Cité Bergère (9th), 01.45.23.33.33. Metro: Bonne Nouvelle*

Le Scribe - Gourmet (€€€)
Enjoy lunch, dinner or tea beneath a magnificent glass roof in this lovely place. There are champagne and cheese trolleys and the dessert trolley filled with traditional French pastries like éclairs and millefeuilles is a fine ending to a meal and a good reason to stop in for high tea. Daily L&D. *Hôtel Scribe, 1 rue Scribe (9th), 01.44.71.74.20. Metro: Opéra*

Reservations for most restaurants are strongly advised. Check when booking that the restaurant will accept your credit card. B, L & D: Breakfast, Lunch & Dinner



Le Camondo | **CONTEMPORARY (8th)**



Le Bar à Huîtres | **SEAFOOD (14th)**

Tous droits réservés à l'éditeur

AROUND BASTILLE (11th, 12th)

Le Train Bleu - Classic French (€€€)
A magnificent, mirrored Belle Epoque restaurant in the Gare de Lyon train station serving classic French fare including lobster salad with artichokes, sole meunière and steak tartare. Daily B, L&D. *Gare de Lyon, Place Louis Armand (12th), 01.43.43.09.06. Metro: Gare de Lyon*

Les Grandes Marches - Brasserie (€€)
A new ownership and a new décor have come to this pillar of the Place de la Bastille. The establishment serves up traditional French fare and superb seafood platters. Daily B, L&D. *6 Place de la Bastille (12th), 01.43.42.90.32. Metro: Bastille*

Ober Mamma - Italian (€)
Homemade pizzas and pastas with ingredients from Italy are the hallmarks of this trattoria style restaurant with its friendly and energetic staff. Enjoy fresh pasta, made on the premises, with creamy pecorino cheese sauce, black pepper and artichokes and savour an authentic tiramisu for dessert. Daily L&D. *107 blvd Richard Lenoir (11th), 01.58.30.62.78. Metro: Oberkampf*

Septime - Classic French (€€€)
Traditional French fare featuring inventive market-based cuisine from the talented one-star Bertrand Grébaut is on the agenda here. Enjoy selective produce and products like the Banka trout from the Basque country with lentils and coriander in a relaxed atmosphere. Tues-Fri L, D, Mon D only. *80 rue de Charonne (11th), 01.43.67.38.29. Metro: Charonne*

AROUND MONTPARNASSE (13th, 14th, 15th)

Au Petit Marguery - Bistro (€€)
An authentic old fashioned bistro serving great seasonal game dishes as well as excellent traditional cuisine including filet of beef Rossini, veal tartar with estragon and the house's signature Grand Marnier soufflé. Mon-Sun L&D. *9 blvd de Port-Royal (13th), 01.43.31.58.59. Metro: Gobelins*

La Coupole - Brasserie (€€)
This vast landmark brasserie has been serving traditional fare in a beautiful art deco setting since 1927. The house's big seafood platters and lamb curry are always a sure bet. Mon 8am-11pm, Tues-Fri 8 am-midnight, Sat 8:30am-midnight, Sun 8:30am-11pm. *102 blvd du Montparnasse (14th), 01.43.20.14.20. Metro: Vavin*

Le Bar à Huîtres - Seafood (€€€)
This is the place to go for fabulous seafood platters, finely prepared fresh fish dishes and one of the best and most eclectic selections of oysters in the French capital. Main course dishes include French sea bass, lobster from Brittany and filet of beef. Daily, noon-midnight. *112 blvd Montparnasse (14th), 01.43.20.71.01. Metro: Vanvin*

Le Ciel de Paris - Gourmet (€€€)
Discover Paris from the 56th floor of the Montparnasse tower. With a breathtaking view, enjoy one of their foie gras offerings or try the delicious seafood. Daily B, L&D. *33 ave du Maine (15th), 01.40.64.77.64. Metro: Montparnasse*

Benkay - Japanese (€€€)
This restaurant with a superb view on to the Seine serves authentic Japanese cuisine including teppanyaki prepared right in front of you on hotplates with the dishes being served just seconds after being flambéed. You can enjoy a teppanyaki revolving around beef or lobster, for example, served with steaming fried rice. Daily L & D. *61 Quai de Grenelle (15th), 01.40.58.21.26. Metro: Dupleix*

TROCADÉRO & PORTE MAILLOT (16th, 17th)

Cristal Room Baccarat - Modern Classic (€€€)
This beautifully appointed restaurant located in the Parisian headquarters of the crystal manufacturer serves contemporary and classic fare. Starters can include a salad of green beans with foie gras flavoured with hazel nut vinegar and for a main savour a turbot prepared meunière style. Mon-Sat L&D. *11 Place des Etats-Unis (16th), 01.40.22.11.10. Metro: Boissière*

L'Abeille - Gourmet (€€€€)
This 2-star restaurant in the Shangri-La hotel offers up sophisticated fare in a beautiful setting. Chef Christophe Moret elaborates a carefully sourced original menu in tune with the seasons. Starters can include preserved duck foie gras with sweet and sour cherries while a seasonal main is the line caught sea bass served with cauliflower and brioche. Tues-Sat D only. *10 ave d'Iéna (16th), 01.53.67.19.90. Metro: Iéna*

La Scène Thélème - Gourmet (€€€€)
This one-star restaurant serves refined French food made with the finest of seasonal products and is outfitted with a theatre where you can enjoy a show before dinner. Starters can include sea scallops marinated in saké and garnished with local cabbage served kimchi style followed by, for example, duck from the Challans region with plums for two. The highly original desserts include pumpkin with ginger yoghurt. Tues-Fri L, Tues-Sat D. *18 rue Troyon (17th), 01.77.37.60.99. Metro: Ternes*

L'Oiseau Blanc - Classic French (€€€)
This restaurant, bar and terrace on the top floor of the Peninsula hotel features traditional French dishes with a contemporary twist using regional products. Daily L&D. *19 ave Kléber (16th), 01.58.12.67.30. Metro: Charles de Gaulle-Etoile*

Makassar - Contemporary (€€)
Savor a contemporary and stylish home-made French cuisine with seasonal products. Free cocktail school & DJ set By Urban People from Monday to Saturday. Daily B, L&D. *39 ave de Wagram (17th), 01.55.37.55.57. Metro: Wagram*

Shang Palace - Chinese (€€€)
This one-star restaurant in the Shangri-La hotel serves authentic Chinese cuisine inspired by the culinary traditions of southeast China. The art of Cantonese fine dining comes to life in the main room and three private dining rooms. Thurs-Mon, L&D. *10 ave d'Iéna (16th), 01.53.67.19.92. Metro: Iéna*

BELLEVILLE (19th, 20th)

Au Boeuf Couronne - Classic French (€€)
Unique in its genre, this restaurant remains one of the city's temples to red meat with 16 cuts of beef available in various sizes. Prime rib, filets of Charolais beef, veal kidneys and homemade potatoes are all superb. The upstairs dining room can be reserved for private parties. Daily L&D. *188 ave Jean Jaurès (19th), 01.42.39.44.44. Metro: Porte de Pantin*

Mama Shelter Paris - Contemporary (€€)
This restaurant features simple fare in a warm and welcoming setting. For starters there is a nice lentil salad while main courses include Black Angus steak with a pepper sauce. Daily B, L & D, brunch is served on Sundays in place of lunch. *109 rue de Bagnolet (20th), 01.43.48.48.48. Metro: Gambetta*

SUBURBS NOT TOO FAR FROM PARIS

Ma Cocotte - Bistro (€€€)
This sleek Philippe Stark designed bistro in the Saint-Ouen Flea Market serves up mainly traditional French fare. For starters sample the marinated salmon and for a main course a prime rib of beef or a rack of lamb. Daily L&D. *106 rue des Rosiers, Saint-Ouen, 01.49.51.70.00. Metro: Porte de Clignancourt*

ReminiSens - Classic French (€€€€)
This restaurant nestled in a Baroque ambiance is a gastronomic journey into the 17th and 18th centuries. The menu offers recipes of the age of the kings of France while actors in Baroque costumes tell you the secrets of the French court at your table. Three gastronomic theme menus revolving around the hunt, fish and the market garden are on offer. Dinner only Wed-Sat. *20 rue Baillet Reviron, 78000 Versailles, 06.71.67.02.86. RER C to Versailles Rive Gauche Château de Versailles stop*

Key to dining prices per person for 3 courses without wine: € = 30€ or less, €€ = 31-50€, €€€ = 51-100€, €€€€ = 101-150€, €€€€€ = 150€ and above



Benkay | **JAPANESE (15th)**



Shang Palace | **CHINESE (16th)**

Tous droits réservés à l'éditeur



COMMERCE

Une huitième cave réunionnaise pour Nicolas

La huitième cave réunionnaise Nicolas (la douzième dans l'océan indien) a ouvert ses portes à Saint-Leu début décembre. Objectif de croissance atteint pour Castel Covino, qui prévoit d'ouvrir également une deuxième et une troisième cave à Madagascar en 2020.

La huitième enseigne Nicolas de l'île a ouvert ses portes à Saint Leu, 183 rue du général Lambert, le 3 décembre. Elle est dirigée par Johanna Faliu, diplômée d'une licence pro commerce et vin, mais aussi du Level 3 Wines Certified délivré par le WEST (Wine & Spirit Education Trust), le plus important institut de formation en vins et spiritueux au niveau international.

C'est donc une experte qui accueille les amateurs de bons vins dans la nouvelle cave de 75 m2 et qui les oriente parmi plus de 600 références en vin, une sélection d'épicerie fine, un comptoir à fromages, ainsi qu'un large choix de bières artisanales.

À La Réunion, le chiffre d'affaires des Caves Nicolas reste en croissance avec + 7 % en 2018 par rapport à 2017 et + 11 % en 2019 par rapport à l'année précédente » explique David Cailleux, directeur de Master Franchise Nicolas sur l'Océan-Indien.

« Le succès de nos caves s'explique par la qualité de nos produits et les conseils experts de nos cavistes, tous passionnés par leur métier. » En effet, les cavistes Nicolas transmettent aussi le savoir. Ainsi, en 2019 une vingtaine d'ateliers de dégustation ont été organisés dans les Caves Nicolas de La Réunion. « Des moments de partage avec notre clientèle avec laquelle nous tissons un vrai lien de confiance. Notre expertise et notre large gamme, c'est ce que viennent chercher nos clients dans les Caves Nicolas » se félicite David Cailleux.

Avec plus de 500 magasins en France, Nicolas est le premier réseau de caviste français. À La Réunion, l'enseigne a implanté huit caves depuis 2000 et revendique une part de marché de 20 %. Castel Covino qui détient la master franchise pour les caves Nicolas compte également deux caves à Maurice et deux à Madagascar.

L'ouverture d'une troisième cave est prévue en 2020 à Madagascar. L'entreprise portoise est donc au rendez-vous des ambitions qu'elle s'était fixé en 2017 lors de l'annonce du développement de ses activités dans la zone océan Indien. Castel Covino compte bien poursuivre cette belle dynamique avec de nouveaux projets dans les compteurs pour les années à venir...





NH

Tous droits réservés à l'éditeur


VAL DE LOIRE
VINS DU MONDE
ESPACE CADEAUX
NICOLAS
4 bouteilles = 22€

PRODUITS

LE FIGARO
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 305701





Date : 10 fevrier 2020
Page de l'article : p.18-25
Journaliste : VALÉRIE FAUST



LES 60 COUPS DE CŒUR DU FIGARO

Grands crus et seconds vins, flacons régionaux, cuvées de prestige ou champagnes millésimés, vins d'ailleurs... « Le Figaro » a sélectionné :

PAR VALÉRIE FAUST

BORDEAUX

ARÔMES DE PAVIE 2015 SAINT-ÉMILION GRAND CRU ROUGE

Onctueux en attaque, le second vin de Château Pavie premier grand cru classé A, offre une bouche puissante et fruitée, aux tanins tendres.
PRIX : 101,56 € (twil.fr)
NOTE LE FIGARO : 18/20

CHÂTEAU PAPE CLÉMENT 2010 CRU CLASSÉ DE GRAVES, PESSAC-LÉOGNAN ROUGE

N'hésitez pas à ouvrir à l'avance ce beau vin presque noir, au nez fumé et fruité. Du volume en bouche velouté, charnu, corsé, adossé à des tanins élégants.
PRIX : 280 € (cavistes)
NOTE LE FIGARO : 18,5/20

CHÂTEAU CASTERA 2015 CRU BOURGEOIS, MÉDOC ROUGE

Le vin couleur grenat s'ouvre au nez sur des notes de cassis, de cuir. Soutenue par des tanins élégants, la bouche est souple, ample, harmonieuse, soyeuse.
PRIX : 13,95 € (Carrefour Market)
NOTE LE FIGARO : 16/20

CHÂTEAU CANTEMERLE 2016 CINQUIÈME CRU CLASSÉ,

Tous droits réservés à l'éditeur

LE FIGARO
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 305701

Date : 10 fevrier 2020
Page de l'article : p.18-25
Journaliste : VALÉRIE FAUST

HAUT-MÉDOC ROUGE
Beaucoup de charme dans ce 2016 dont l'attaque puissante, élégante, précède une bouche précise, complexe, aux tanins souples. Le passer en carafe.
PRIX : 35 € (wineandco.com)
NOTE LE FIGARO : 16/20

CHÂTEAU LA FLEUR PEREY 2017 SAINT-ÉMILION GRAND CRU ROUGE
Un vin enjôleur au nez (torréfié) comme en bouche harmonieuse, sapide, puissante, aux fruits rouges mûrs et tanins fins.
PRIX : 41 € (domaines-rollandeby.com)
NOTE LE FIGARO : 17/20

CHÂTEAU TALBOT 2015 QUATRIÈME CRU CLASSÉ, SAINT-JULIEN ROUGE
Ce grand vin racé rond, mûr, charnu, fruité, aux tanins très fins, s'achève par une finale fraîche et d'une longueur infinie.
PRIX : 65 € (wineandco.com)
NOTE LE FIGARO : 18,5/20

PAGODES DE COS 2016 SAINT-ESTÈPHE ROUGE
Ample et suave, le second vin de Château Cos d'Estournel (deuxième cru classé) séduit d'emblée le palais grâce à sa rondeur, sa gourmandise, ses saveurs de fruits noirs juteux et croquants, ses tanins fins.
PRIX : 44,46 € (millesimes.com)
NOTE LE FIGARO : 16,5/20

CHÂTEAU DAUZAC 2016 CINQUIÈME CRU CLASSÉ, MARGAUX ROUGE
La robe sombre de ce vin certifié 100 % végan s'étoffe de reflets violines. Nez acidulé et épicé, bouche ample, élégante, juteuse, riche, aux tanins mûrs, finale longue et fraîche.
PRIX : 55 € (wineandco.com)
NOTE LE FIGARO : 17,5/20

CHÂTEAU LA GAFFELIÈRE 2016 PREMIER GRAND CRU CLASSÉ B ROUGE
Un superbe 2016 souple, rond, complexe et racé dont le fruit pulpeux s'étire admirablement jusqu'en finale, anoblie par des tanins crayeux d'une grande finesse.
PRIX : 78,33 € (millesima.fr)
NOTE LE FIGARO : 19/20

CHÂTEAU LA CONSEILLANTE 2015 POMEROL ROUGE
Grandiose, ce vin combine densité et raffinement, rondeur et suavité. Le fruit éclatant explose en bouche, complexe, pleine et voluptueuse, aux tanins ronds, à la longueur salivante interminable.
PRIX : 236,67 € (millesima.fr)
NOTE LE FIGARO : 19/20

CHAMPAGNE

BILLECART-SALMON VINTAGE 2008
Dosé en extra-brut (4 g/l) ce vin docile en attaque ronde et mûre se cabre en finale très vive et longue. Bouche vineuse, minérale et tendue, sur des notes de zestes d'agrumes.
PRIX : 63 € (champagne-billecart.fr)
NOTE LE FIGARO : 17/20

DOM RUINART BLANC DE BLANCS 2007
Onctueuse en attaque, cette cuvée séveuse, ciselée, se tend au fil de la dégustation soulignée par des notes d'agrumes, une très belle minéralité.
PRIX : 170 € (cavistes)
NOTE LE FIGARO : 18/20

PHILIPPONNAT CLOS DES GOISSES EXTRA-BRUT 2009
Le nez intense libère des notes poivrées, toastées. L'intensité se retrouve en bouche, large, d'une belle complexité aromatique, à la fois volumineuse et fraîche, mûre, à la minéralité crayeuse.
PRIX : 165 € (millesima.fr)
NOTE LE FIGARO : 18,5/20

POMMERY LOUISE 2004
Un vin superbe et envoûtant, à l'effervescence délicate et persistante, au nez riche et floral, doté d'une bou-

Tous droits réservés à l'éditeur

che soyeuse, vibrante, d'une grande pureté.
PRIX : 109, 90 € (vinatis.com)
NOTE LE FIGARO : 18/20

TAITTINGER COMTES DE CHAMPAGNE GRANDS CRUS BLANC DE BLANCS 2007
Éblouissant, ce vin rond, minéral et salin, d'une plénitude remarquable, s'exprime avec force dans un équilibre parfait entre puissance, tension et maturité.
PRIX : 129,95 € (plus-de-bulles.com)
NOTE LE FIGARO : 18/20

LAURENT-PERRIER GRAND SIÈCLE Nº 24
Issu de l'assemblage des trois années exceptionnelles 2007, 2006 et 2004, ce champagne éblouissant, plein, vif, distingué, soyeux, s'avère d'une précision et d'une finesse remarquables.
PRIX : 110 € (vinatis.com)
NOTE LE FIGARO : 19/20

BARONS DE ROTHSCHILD 2010
Faiblement dosé, ce champagne très séduisant est généreux, ample, porté par des notes de zestes d'agrumes confits, une finale vive, élégante, minérale.
PRIX : 69,17 € (millesima.fr)
NOTE LE FIGARO : 16,5/20

MOËT ET CHANDON GRAND VINTAGE 2012
Le nez libère des arômes de fleurs blanches et fruités, la bouche souple et ronde se termine avec grâce sur une finale tendue, longue et persistante.
PRIX : 37,50 € (nicolas.com)
NOTE LE FIGARO : 16,5/20

GOSSET GRAND MILLÉSIME 2012
Une robe lumineuse, un nez de poire et de pêche, une attaque franche qui se poursuit par une bouche ronde, distinguée, vivifiée par une finale citronnée, soutenue.
PRIX : 48,95 € (plus-de-bulles.com)
NOTE LE FIGARO : 16,5/20

VALLÉE DE LA LOIRE

JOSEPH MELLOT L'ORIGINAL 2016, SANCERRE BLANC
Ce vin de sauvignon montre une robe jaune pâle, libérant des notes florales, d'agrumes, de buis. Bouche d'abord ample, opulente, puis finale fraîche et citronnée.
PRIX : 30 € (cavistes)
NOTE DE FIGARO : 15,5/20

DOMAINE GUIBERTEAU LES MOULINS 2018, SAUMUR BLANC
Du charme à revendre pour ce 100 % chenin magnifique, riche, complexe, sur les agrumes, élégant jusqu'en finale, laquelle s'enroule dans une rondeur fruitée, fraîche et saline.
PRIX : 24 € (02 41 38 78 94)
NOTE LE FIGARO : 16,5/20

CHÂTEAU DU BREUIL COTEAUX-DU-LAYON BEAULIEU BIO 2017 BLANC
Un vin moelleux aux arômes de fruits confits. La bouche suave, caressante, voluptueuse, gourmande, n'empâte ni n'encombre le palais.
PRIX : 19,90 € les 50 cl (chateaudubreuil.eu)
NOTE LE FIGARO : 16/20

DOMAINE DE MARCE COULÉE GALANTE 2018, TOURAINE-OISLY BLANC
Le nez très fin et délicat, sur des notes d'agrumes, précède une bouche large, harmonieuse, qui s'exprime entre souplesse, élégance, fruits exotiques, puissance et tension.

PRIX : 7 € (02 54 79 54 04)
NOTE LE FIGARO : 16/20

CHÂTEAU DE LA GRILLE CHINON 2015 ROUGE
Notes de fruits noirs mûrs, de cacao et d'épices. En bouche, l'acidité due au cabernet franc qui le compose à 100 % reste très présente, titillant la trame tannique élégante, la finale épicée.
PRIX : 20 € (boutique.baudry-dutour.fr)
NOTE LE FIGARO : 15/20

ALSACE

WOLFBERGER RIESLING ÉLÉGANCE 2017, ALSACE BLANC
Très beau vin sec aux parfums d'agrumes, de fleurs blanches. Bouche

Tous droits réservés à l'éditeur

ample, vibrante, savoureuse, vive et salivante, infiniment longue.
PRIX : 12,90 €
(boutique.wolfberger.com)
NOTE DU FIGARO : 16,5/20

VALENTIN ZUSSLIN AU'RIGINE 2016, ALSACE BLANC
Un 100 % pinot auxerrois bio à la robe dorée et lumineuse, au nez de fruits secs et de miel, arômes que l'on retrouve en bouche où s'entremêlent suavité et vivacité.
PRIX : 17,50 € (zusslin.com)
NOTE LE FIGARO : 15,5/20

ROLLY GASSMANN ROTLEIBEL DE RORSCHWIHR, PINOT GRIS VENDANGES TARDIVES 2009, ALSACE BLANC
Un vin magnifique, racé, gras, complexe, aux notes de miel, liquoreuses, vivifiées par une splendide tension. Le carafer.
PRIX : 28 € sur alsace-vintage.com.
NOTE LE FIGARO : 17/20

BOURGOGNE ET BEAUJOLAIS

SIMONNET-FEBVRE PINOT GRIS 2017, IGP COTEAUX-DE-L'AUXOIS BLANC
Ce vin issu d'une appellation méconnue exhale des parfums floraux. Bouche ronde, onctueuse, très fruitée et minérale.
PRIX : 8,80 € (simonnet-febvre.com)
NOTE LE FIGARO : 15/20

DOMAINE DU CELLIER AUX MOINES PREMIER CRU BEAUREGARD 2016, SANTENAY BLANC

La rondeur de l'attaque précède une bouche ample, pleine, fraîche et vive relayée par une finale longue et salivante.
PRIX : 37 €
(contact@cellierauxmoines.fr)
NOTE LE FIGARO : 17/20

LA CHABLISIENNE PREMIER CRU FOURCHAUME 2017, CHABLIS BLANC
Une robe pâle et limpide, des senteurs de fruits jaunes, d'épices, minérales... Fidèle au nez, la bouche manifeste de la richesse, une tension modérée.
PRIX : 25,80 € (cavistes)
NOTE LE FIGARO : 16/20

CHATEAU DE SANTENAY PREMIER CRU LES BEAUREPAIRES 2017, SANTENAY BLANC
Drapé dans une robe cristalline, il émet des notes de pêche blanche et de noisette au nez. La bouche séduisante, droite, délicate, se prolonge par une belle vivacité citronnée en finale.
PRIX : 35 € (03 80 20 61 87)
NOTE LE FIGARO : 16,5/20

DOMAINE CHANSON PREMIER CRU CLOS DU ROI 2015, BEAUNE ROUGE
Un vin couleur rubis profond et des parfums de violette, de fruits rouges, d'épices et de réglisse. Posée sur des tanins très fins, la bouche est ample, savoureuse, juteuse, persistante.
PRIX : 49,50 € (vinatis.com)
NOTE LE FIGARO : 17/20

HENRY FESSY BEAUJOLAIS BLANC 2017
Souple et fruité, un 2017 sans complexe, facile à boire, équilibré entre sucrosité, alcool et acidité.
PRIX : 10,60 €
(boutique.henryfessy.com)
NOTE LE FIGARO : 14/20

CHÂTEAU DE NERVERS BROUILLY 2018 ROUGE
Mis en bouteille par les Vins Georges Duboeuf, ce 2018 à la robe grenat délivre des notes fruitées au nez et en bouche ronde, charnue, aux arômes de réglisse et de poivre, aux tanins solides.
PRIX : 9 € (cavistes)
NOTE LE FIGARO : 15/20

VALLÉE DU RHONE

DOMAINE PAUL JABOULET AINÉ PARALLÈLE 45 BIO 2017, CÔTES-DU-RHÔNE ROUGE

Une robe pourpre, des fragrances de

Tous droits réservés à l'éditeur

fruits rouges, d'épices, une bouche très agréable et fruitée, suave et gourmande, tendre et croquante.
PRIX : 8,90 € (lepetitballon.com)
NOTE LE FIGARO : 16/20

DELAS DOMAINE DES TOURETTES 2015, HERMITAGE ROUGE
Ce joli cru d'un rouge profond délivre au nez des arômes de fruits noirs, d'épices et de cuir. Veloutée en attaque, la bouche ronde, souple, aux tanins fins, s'étire longuement, puissante, fraîche, épicée.
PRIX : 52,50 € (millesima.fr)
NOTE LE FIGARO : 17/20

FAMILLE JM CAZES DOMAINE DES SÉNÉCHAUX 2015, CHÂTEAUNEUF-DU-PAPE ROUGE
Les fruits rouges et noirs confiturés s'allient à la puissance et à l'onctuosité de ce vin dense, concentré et velouté. Tanins magnifiquement fondus, finale très longue sur les fruits rouges, les épices, la fraîcheur.
PRIX : 45 € (cavistes)
NOTE LE FIGARO : 17,5/20

DOMAINE GEORGES VERNAY MAISON ROUGE 2016, CÔTE-RÔTIE ROUGE
Emanations de myrtille, poivre noir, d'épices douces depuis la robe grenat à reflets pourpres. Un vin très droit, élégant, aux tanins fins et notes de réglisse en finale.
PRIX : 100 € (cavistes)
NOTE LE FIGARO : 16/20

LANGUEDOC, ROUSSILLON, PROVENCE

BERNARD MAGREZ SI MON PÈRE SAVAIT... 2017, CÔTES-DU-ROUSSILLON ROUGE
Couleur grenat et reflets rubis pour ce joli vin qui fleure bon notes fruitées et torréfiées. Bouche ample, pleine de séduction, intensément fruitée, fraîche, aux tanins fins. Finale longue, acidulée, juteuse.
PRIX : 10 € (grande distribution)
NOTE LE FIGARO : 17/20

GÉRARD BERTRAND CIGALUS 2017, IGP AUDE-HAUTERIVE BLANC
Le soleil du Sud se concentre dans la robe à reflets dorés de ce vin certifié Demeter. La bouche est droite, franche, énergique en finale, interminable.
PRIX : 29 € (cavistes)
NOTE LE FIGARO : 16,5/20

DOMAINES DE LORGERIL, CHÂTEAU DE PENNAUTIER L'ESPRIT DE PENNAUTIER 2015, CABARDÈS ROUGE
Le nez est intense, sur les fruits rouges et noirs, les épices, le tabac. L'attaque ronde et mûre, devance la bouche puissante, suave, fruitée, fraîche, enrobée dans des tanins fondus.
PRIX : 23 € (twil.fr)
NOTE LE FIGARO : 16/20

MAS, CHÂTEAU MARTINOLLES GRANDE RÉSERVE 2014, CRÉMANT-DE-LIMOUX BLANC
Soulignée par une effervescence fine et délicate, la bouche, légère, se fait l'écho des agrumes confits ressentis au nez. Finale longue, acidulée, persistante.
PRIX : 15 € (cavistes)
NOTE LE FIGARO : 15/20

CLOS DES FÉES LES SORCIÈRES 2018, CÔTES-DU-ROUSSILLON ROUGE
Beaucoup de finesse et de délicatesse dans la texture, mais de la puissance et de la générosité dans les saveurs de fruits rouges.
PRIX : 12,50 € (lapetiteepicerieduclosdesfees.com)
NOTE LE FIGARO : 16/20

MINUTY PRESTIGE ROSÉ 2019, CÔTES-DE-PROVENCE
Nouveau flacon plus épuré et moderne pour cette cuvée rose clair, lumineuse, riche, vibrante, très fraîche, sublimée par une jolie minéralité.
PRIX : 18,50 € (minuty.com)
NOTE LE FIGARO : 17/20

COMMANDERIE DE PEYRASSOL CHÂTEAU PEYRASSOL 2017, CÔTES-DE-PROVENCE ROUGE
Des reflets pourpres illuminent la robe grenat qui libère des effluves floraux,

Tous droits réservés à l'éditeur

fruités rouges, épicés. Bouche toute en rondeur et harmonie, veloutée, puissante.
PRIX : 22,40 €
(vignobles-austruy.com)
NOTE LE FIGARO : 17/20

CHÂTEAU SAINTE-ROSELINE LA CHAPELLE DE SAINTE-ROSELINE 2017, CÔTES-DE-PROVENCE BLANC
Cette belle cuvée séduit par ses parfums de fleurs blanches et d'agrumes, sa complexité mâtinée de fraîcheur, sa générosité, sa finesse, ses notes citronnées finales.

PRIX : 27,50 € (sainte-roseline.com)
NOTE LE FIGARO : 17/20

MIRAVAL CÔTES-DE-PROVENCE 2015 BLANC
Bien que le millésime ne soit pas tout neuf pour un blanc de Provence, le vin très séduisant d'Angelina Jolie et de Brad Pitt possède encore une sacrée tension minérale.
PRIX : 21,90 € (vinatis.com)
NOTE LE FIGARO : 16/20

DOMAINES OTT CLOS MIREILLE, BLANC DE BLANCS 2018, CÔTES-DE-PROVENCE
Bouche énergique en attaque suivie par de la rondeur, des notes de zestes d'agrumes confits, de bonbon au citron, finale joliment tendue.
PRIX : 26,50 € (cavistes)
NOTE LE FIGARO : 17/20

CHÂTEAU LA VERRERIE GRAND DEFFAND BIO 2017, LUBERON ROUGE
Il développe un nez puissant, poivré, une bouche corsée, opulente, riche, intense et quelques amers élégants, des tanins présents. L'ouvrir à l'avance.
PRIX : 33,50 €
NOTE LE FIGARO : 16/20

ITALIE

TENUTA CASENUOVE 2015 TOSCANA IGT ROUGE
Il offre à l'œil sa robe grenat foncé, à l'olfaction des notes de baies rouges et noires, poivrées. Plutôt souple en attaque, le vin monte en intensité, puissance et vivacité. Tanins tendres, finale juteuse.
PRIX : 36,10 € (vignobles-austruy.com)
NOTE LE FIGARO : 17/20

BIONDI SANTI BRUNELLO DI MONTALCINO RISERVA 2011, ROUGE
Ce grand vin couleur rubis débute par une attaque de velours avant de cumuler finesse, fraîcheur, fruit, vivacité, jutosité et puissance dans une formidable complexité.
PRIX : 500 € (Caves Taillevent ou Nysa)
NOTE LE FIGARO : 18/20

FAMIGLIA ZONIN SOAVE 2018 CLASSICO, DOC BLANC
Un 100 % carganega pour ce cru vénitien jaune pâle à reflets argentés, au nez frais, dominé par des arômes floraux, de pomme verte. Attaque ronde et subtilement saline, bouche tendue, savoureuse, citronnée.
PRIX : 9,90 € (cavistes)
NOTE LE FIGARO : 16,5/20

ESPAGNE

VINA ZORZAL GARNACHA 2017, NAVARRE ROUGE
Un vin de charme et de plaisir qui se distingue par sa belle densité, ses notes gourmandes de fruits rouges, ses tanins souples, son prix très séduisant.
PRIX : 5,90 € (wineandco.com)
NOTE LE FIGARO : 15/20

FAMIGLIA TORRES PERPETUAL 2016, PRIORAT ROUGE
Robe sombre, nez de myrtille, grillé, bouche d'une grande finesse, marquée par une splendide acidité, sublimée par des tanins fins, une puissance maîtrisée qui ne se fait sentir qu'en finale, juteuse, salivante.
PRIX : 46,80 € (cavistes)
NOTE LE FIGARO : 18/20

BERNARD MAGREZ PACIENCIA 2015, TORO ROUGE
La robe est très sombre, profonde, à

Tous droits réservés à l'éditeur

reflets violines, le nez embaume les fruits rouges mûrs, et la bouche, dense, puissante, s'appuie sur des tanins solides, un fruit juteux.
PRIX : 7,23 € (cavistes, grande distribution)
NOTE LE FIGARO : 16,5/20

ÉTATS-UNIS

ROSEROCK PINOT NOIR EOLA-AMITY HILLS 2015, OREGON ROUGE
Il déploie une jolie robe pourpre, un nez expressif très agréable, floral. La bouche suave, épicée, fruitée (cerise, framboise) s'enjolive d'une texture soyeuse, de tanins souples, moelleux.
PRIX : 28 € (drouhin.com)
NOTE LE FIGARO : 17/20

BEAUX FRÈRES PINOT NOIR 2017 WILLAMETTE VALLEY'S RIBBON RIDGE, OREGON ROUGE
Une attaque légèrement perlante suivie par une bouche très savoureuse, entre finesse, gourmandise et fruit croquant. Finale longue et épicée.
PRIX : 125 € (chaisdoeuvre.fr)
NOTE LE FIGARO : 17/20

NICOLAS JAY PINOT NOIR 2015, WILLAMOTTE VALLEY, OREGON ROUGE
Après quelques heures de décantation, l'attaque se fait moins perlante. Un vin couleur rubis, fruité (cerise), tout en légèreté, souligné par une acidité certaine, des tanins fins.
PRIX : 77 € (millesima.fr)
NOTE LE FIGARO : 15/20

NEWTON VINEYARDS UNFILTERED CHARDONNAY 2016, NAPA VALLEY BLANC
Robe or blanc à reflets verts pour ce chardonnay aux notes d'agrumes au nez comme en bouche, à la fois suave et tendue, épicée (piment) en finale. À table, il se fait plus opulent.
PRIX : 60 € (Voyageurs du Vin, Paris 2e)
ou 63,33 € (millesima.fr)
NOTE LE FIGARO : 18/20 ■

Tous droits réservés à l'éditeur

LE FIGARO
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 305701

Date : 10 fevrier 2020
Page de l'article : p.18-25
Journaliste : VALÉRIE FAUST



Tous droits réservés à l'éditeur

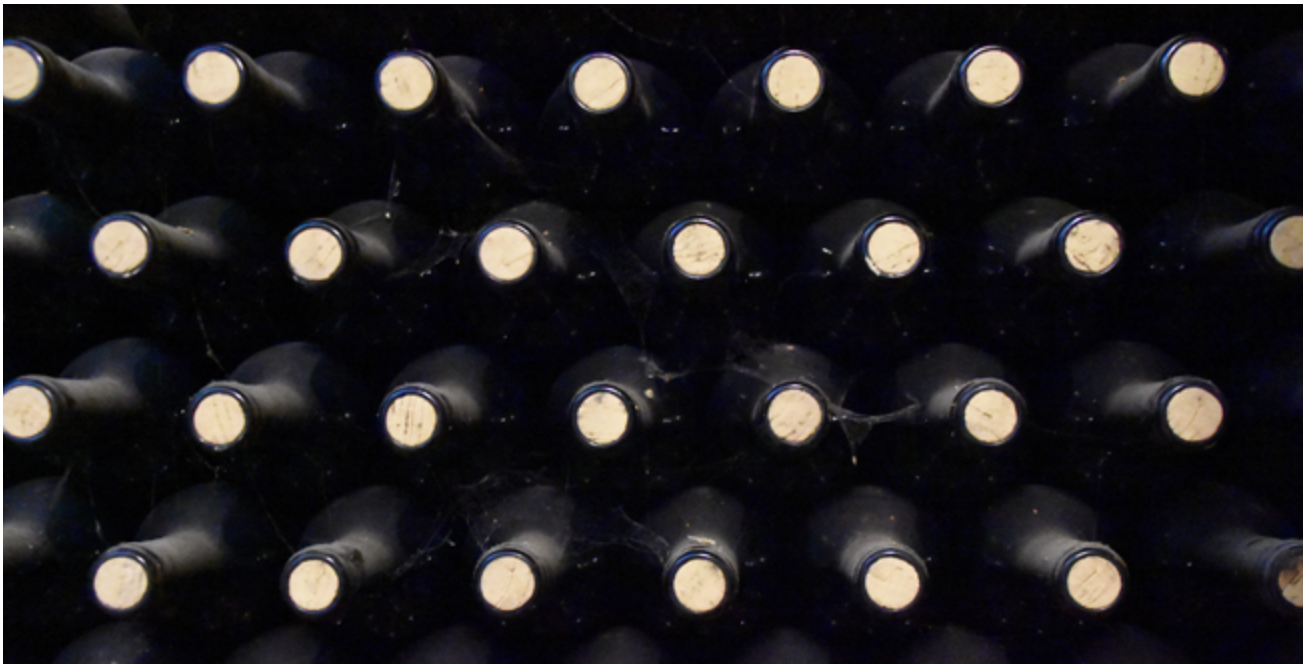
LE FIGARO.fr vin

Date : 11/02/2020
Heure : 18:03:32
Journaliste : Valérie Faust

avis-vin.lefigaro.fr
Pays : France
Dynamisme : 1

Visualiser l'article

Les 60 coups de coeur du Figaro



Grands crus et seconds vins, flacons régionaux, cuvées de prestige ou champagnes millésimés, vins d'ailleurs... "Le Figaro" a sélectionné : À voir aussi

Bordeaux

ARÔMES DE PAVIE 2015
SAINT-ÉMILION GRAND CRU ROUGE
Onctueux en attaque, le second vin de Château Pavie 1er grand cru classé "A", offre une bouche puissante et fruitée, aux tanins tendres.

Prix : 101,56 eur (twil.fr) - Note le Figaro : 18/20

CHATEAU PAPE CLEMENT 2010
CRU CLASSÉ DE GRAVES, PESSAC-LEOGNAN ROUGE
N'hésitez pas à ouvrir à l'avance ce beau vin presque noir, au nez fumé et fruité. Du volume en bouche veloutée, charnue, corsée, adossée à des tanins élégants.

Prix : 280 eur (cavistes) - Note le Figaro: 18,5/20

Tous droits réservés à l'éditeur

CHATEAU CASTERA 2015
CRU BOURGEOIS, MÉDOC ROUGE
Le vin couleur grenat s'ouvre au nez sur des notes de cassis, de cuir. Soutenue par des tanins élégants, la bouche est souple, ample, harmonieuse, soyeuse.

Prix : 13,95 eur (Carrefour Market) - Note le Figaro: 16/20

CHATEAU CANTEMERLE 2016
5ÈME CRU CLASSÉ, HAUT-MÉDOC ROUGE
Beaucoup de charme dans ce 2016 dont l'attaque puissante, élégante, précède une bouche précise, complexe, aux tanins souples. Le passer en carafe.

Prix : 35 eur (wineandco.com) - Note le Figaro : 16/20

CHATEAU LA FLEUR PEYREY 2017
SAINT-EMILION GRAND CRU
Un vin enjôleur au nez (torréfié) comme en bouche harmonieuse, sapide, puissante, aux fruits rouges mûrs et tanins fins.

Prix : 41eur (domaines-rollandeby.com) - Note le Figaro : 17/20

CHATEAU TALBOT 2015
4ÈME CRU CLASSÉ, SAINT JULIEN ROUGE
Ce grand vin racé rond, mûr, charnu, fruité, aux tannins très fins, s'achève par une finale fraîche et d'une longueur infinie.

Prix : 65 eur (wineandco.com) - Note le Figaro : 18,5/20

PAGODES DE COS 2016
SAINT-ESTEPHE ROUGE
Ample et suave, le second vin de Château Cos d'Estournel (2ème cru classé), séduit d'emblée le palais grâce à sa rondeur, sa gourmandise, ses saveurs de fruits noirs juteux et croquants, ses tanins fins.

Prix : 44,46 eur (millesimes.com) - Note le Figaro : 16,5/20

CHATEAU DAUZAC 2016
5ÈME CRU CLASSÉ, MARGAUX ROUGE
La robe sombre de ce vin certifié 100 % vegan s'étoffe de reflets violines. Nez acidulé et épicé, bouche ample, élégante, juteuse, riche, aux tanins mûrs, finale longue et fraîche.

Prix : 55 eur (wineandco.com) - Note le Figaro : 17,5/20

Tous droits réservés à l'éditeur

CHATEAU LA GAFFELIERE 2016
1ER GRAND CRU CLASSÉ B
Un superbe 2016 souple, rond, complexe et racé dont le fruit pulpeux s'étire admirablement jusqu'en finale, anoblie par des tanins crayeux d'une grande finesse.

Prix : 78,33 eur (millesima.fr) - Note le Figaro : 19/20

CHATEAU LA CONSEILLANTE 2015
POMEROL ROUGE
Grandiose, ce vin combine densité et raffinement, rondeur et suavité. Le fruit éclatant explose en bouche, complexe, pleine et voluptueuse, aux tannins ronds, à la longueur salivante interminable.

Prix : 236,67 eur (millesima.fr) - Note le Figaro : 19/20

Champagne
BILLECART-SALMON VINTAGE 2008
Dosé en extra-brut (4 g/l) ce vin docile en attaque ronde et mûre se cabre en finale très vive et longue. Bouche vineuse, minérale et tendue, sur des notes de zestes d'agrumes.

Prix : 63 eur (champagne-billecart.fr) - Note le Figaro : 17/20

DOM RUINART BLANC DE BLANCS 2007
Onctueuse en attaque, cette cuvée séveuse, ciselée, se tend au fil de la dégustation soulignée par des notes d'agrumes, une très belle minéralité.

Prix : 170 eur (cavistes) - Note le Figaro : 18/20

PHILIPPONNAT Clos des Goisses Extra Brut 2009
Le nez intense libère des notes poivrées, toastées. L'intensité se retrouve en bouche, large, d'une belle complexité aromatique, à la fois volumineuse et fraîche, mûre, à la minéralité crayeuse.

Prix : 165 eur (millesima.fr) - Note le Figaro : 18,5/20

POMMERY Louise 2004
Un vin superbe et envoûtant, à l'effervescence délicate et persistante, au nez riche et floral, doté d'une bouche soyeuse, vibrante, d'une grande pureté.

Prix : 109, 90 eur (vinatis.com) - Note le figaro : 18/20

TAITTINGER Comtes de Champagne Grands Crus Blanc de Blancs 2007
Eblouissant, ce vin rond, minéral et salin, d'une plénitude remarquable, s'exprime avec force dans un équilibre parfait entre puissance, tension et maturité.

Prix : 129,95 eur (plus-de-bulles.com) - Note le Figaro : 18/20

LAURENT-PERRIER GRAND SIÈCLE N° 24
Issu de l'assemblage des trois années exceptionnelles 2007, 2006 et 2004 ce champagne éblouissant, plein, vif, distingué, soyeux, s'avère d'une précision et d'une finesse remarquables.

Tous droits réservés à l'éditeur

Prix : 110 eur (vinatis.com) - Note le Figaro : 19/20

BARONS DE ROTHSCHILD 2010
Faiblement dosé, ce champagne très séduisant est généreux, ample, porté par des notes de zestes d'agrumes confits, une finale vive, élégante, minérale.

Prix : 69,17 eur (millesima.fr) - Note le Figaro : 16,5/20

MOET ET CHANDON GRAND VINTAGE 2012
Le nez libère des arômes de fleurs blanches et fruités, la bouche souple et ronde se termine avec grâce sur une finale très tendue, longue et persistante.

Prix : 37,50 eur (nicolas.com) - Note le Figaro : 16,5/20

GOSSET GRAND MILLÉSIME 2012
Une robe lumineuse, un nez de poire et de pêche, une attaque franche qui se poursuit par une bouche ronde, distinguée, vivifiée par une finale citronnée, soutenue.

Prix : 48,95 eur (plus-de-bulles.com) - Note le Figaro : 16,5/20

VALLEE DE LA LOIRE
JOSEPH MELLOT L'ORIGINAL 2016, SANCERRE BLANC
Ce vin de sauvignon montre une robe jaune pâle, libérant des notes florales, d'agrumes, de buis. Bouche d'abord ample, opulente, puis finale fraîche et citronnée.

Prix : 30 eur (cavistes) - Note le Figaro : 15,5/20

DOMAINE GUIBERTEAU LES MOULINS 2018,
SAUMUR BLANC
Du charme à revendre pour ce 100 % chenin magnifique, riche, complexe, sur les agrumes, élégant jusqu'en finale laquelle s'enroule dans une rondeur fruitée, fraîche et saline.

PRIX : 24 eur (02 41 38 78 94) - Note le Figaro : 16,5/20

CHATEAU DU BREUIL COTEAUX DU LAYON « BEAULIEU » BIO 2017, BLANC
Un vin moelleux aux arômes de fruits confits. La bouche suave, caressante, voluptueuse, gourmande, n'empâte ni n'encombre le palais.

Prix : 19,90 eur les 50 cl (chateaudubreuil.eu) - Note le Figaro : 16/20

DOMAINE DE MARCE COULÉE GALANTE 2018, TOURAINE OISLY, BLANC
Le nez très fin et délicat, sur des notes d'agrumes, précède une bouche large, harmonieuse, qui s'exprime entre souplesse, élégance, fruits exotiques, puissance et tension.

Prix : 7 eur (02 54 79 54 04) - Note le Figaro : 16/20

CHATEAU DE LA GRILLE CHINON 2015 ROUGE

Tous droits réservés à l'éditeur

Notes de fruits noirs mûrs, de cacao et d'épices. En bouche, l'acidité due au cabernet franc qui le compose à 100 % reste très présente, titillant la trame tannique élégante, la finale épicée.

Prix : 20 eur (boutique.baudry-dutour.fr) - Note le Figaro : 15/20

Alasace
WOLFBERGER RIESLING ELÉGANCE 2017,
ALSACE BLANC
Très beau vin sec aux parfums d'agrumes, de fleurs blanches. Bouche ample, vibrante, savoureuse, vive et salivante, infiniment longue.

Prix : 12,90 eur (boutique.wolfberger.com) - Note le Figaro : 16,5/20

VALENTIN ZUSSLIN AU'RIGINE 2016,
ALSACE BLANC
Un 100 % pinot auxerrois bio à la robe dorée et lumineuse, au nez de fruits secs et de miel, arômes que l'on retrouve en bouche où s'entremêlent suavité et vivacité.

Prix : 17,50 eur (zusslin.com) - Note le Figaro : 15,5/20

ROLLY GASSMANN ROTLEIBEL DE RORSCHWIHR, PINOT GRIS VENDANGES TARDIVES 2009,
ALSACE BLANC
Un vin magnifique, racé, gras, complexe, aux notes de miel, liquoreuses, vivifiées par une splendide tension. Le carafer.

Prix : 28 eur sur alsace-vintage.com. - Note le Figaro : 17/20

BOURGOGNE ET BEAUJOLAIS
SIMONNET-FEBVRE PINOT GRIS 2017, IGP COTEAUX DE L'AUXOIS BLANC
Ce vin issu d'une appellation méconnue exhale des parfums floraux. Bouche ronde, onctueuse, très fruitée et minérale.

Prix : 8,80 eur (simonnet-febvre.com) - Note le Figaro : 15/20

DOMAINE DU CELLIER AUX MOINES 1ER CRU BEAUREGARD 2016,
SANTENAY BLANC
La rondeur de l'attaque précède une bouche ample, pleine, fraîche et vive relayée par une finale longue et salivante.

Prix : 37 eur (contact@cellierauxmoines.fr) - Note le Figaro : 17/20

LA CHABLISIENNE 1ER CRU FOURCHAUME 2017,
CHABLIS BLANC
Une robe pâle et limpide, des senteurs de fruits jaunes, d'épices, minérales... Fidèle au nez, la bouche manifeste de la richesse, une tension modérée.

Prix : 25,80 eur (cavistes) - Note le Figaro : 16/20

Tous droits réservés à l'éditeur

CHATEAU DE SANTENAY 1ER CRU « LES BEAUREPAIRES » 2017,
SANTENAY BLANC
Drapé dans une robe cristalline, il émet des notes de pêche blanche et de noisette au nez. La bouche séduisante, droite, délicate se prolonge par une belle vivacité citronnée en finale.

Prix : 35 eur (03 80 20 61 87) - Note le Figaro : 16,5/20

DOMAINE CHANSON 1ER CRU CLOS DU ROI 2015,
BEAUNE ROUGE
Un vin couleur rubis profond et des parfums de violette, de fruits rouges, d'épices et de réglisse. Posée sur des tanins très fins, la bouche est ample, savoureuse, juteuse, persistante.

Prix : 49,50 eur (vinatis.com) - Note le Figaro : 17/20

HENRY FESSY BEAUJOLAIS BLANC 2017
Souple et fruité, un 2017 sans complexe, facile à boire, équilibré entre sucrosité, alcool et acidité.

Prix : 10,60 eur sur boutique.henryfessy.com - Note le Figaro : 14/20

CHATEAU DE NERVERS BROUILLY 2018,
BEAUJOLAIS ROUGE
Mis en bouteille par les Vins Georges Duboeuf, ce 2018 à la robe grenat délivre des notes fruitées au nez et en bouche ronde, charnue, aux arômes de réglisse et de poivre, aux tanins solides.

Prix : 9 eur (cavistes) - Note le Figaro : 15/20

Vallée du Rhône
DOMAINE PAUL JABOULET AINE PARALLÈLE 45 BIO 2017,
CÔTES DU RHÔNE, ROUGE
Une robe pourpre, des fragrances de fruits rouges, d'épices, une bouche très agréable et fruitée, suave et gourmande, tendre et croquante.

Prix : 8,90 eur (lepetitballon.com) - Note le Figaro : 16/20

DELAS DOMAINE DES TOURETTES 2015,
HERMITAGE ROUGE
Ce joli cru d'un rouge profond délivre au nez des arômes de fruits noirs, d'épices et de cuir. Veloutée en attaque, la bouche ronde, souple, aux tanins fins, s'étire longuement, puissante, fraîche épicée.

Prix : 52,50 eur (millesima.fr) - Note le Figaro : 17/20

FAMILLE J.M. CAZES DOMAINE DES SÉNÉCHAUX 2015,
CHÂTEAUNEUF-DU-PAPE ROUGE
Les fruits rouges et noirs confiturés s'allient à la puissance et à l'onctuosité de ce vin dense, concentré et velouté. Tanins magnifiquement fondus, finale très longue sur les fruits rouges, les épices, la fraîcheur.

Prix : 45 eur (cavistes) - Note le Figaro : 17,5/20

Tous droits réservés à l'éditeur

DOMAINE GEORGES VERNAY MAISON ROUGE 2016,
CÔTE-RÔTIE ROUGE
Emanations de myrtille, poivre noir, d'épices douces depuis la robe grenat à reflets pourpres. Un vin très droit, élégant, aux tanins fins et notes de réglisse en finale.

Prix : 100 eur (cavistes) - Note le Figaro : 16/20

Languedoc, Roussillon, Provence
BERNARD MAGREZ SI MON PÈRE SAVAIT... 2017,
CÔTES DU ROUSSILLON ROUGE
Couleur grenat et reflets rubis pour ce joli vin qui fleure bon notes fruitées et torréfiées. Bouche, ample, pleine de séduction, intensément fruitée, fraîche, aux tanins fins. Finale longue, acidulée, juteuse.

Prix : 10 eur (grande distribution) - Note le Figaro : 17/20

GERARD BERTRAND CIGALUS 2017,
IGP AUDE-HAUTERIVE BLANC
Le soleil du sud se concentre dans la robe à reflets dorés de ce vin certifié Demeter. La bouche est droite, franche, énergique en finale, interminable.

Prix : 29 eur (cavistes) - Note le Figaro : 16,5/20

DOMAINES DE LORGERIL, CHATEAU DE PENNAUTIER L'ESPRIT DE PENNAUTIER 2015, CABARDÈS ROUGE
Le nez est intense, sur les fruits rouges et noirs, les épices, le tabac. L'attaque ronde et mûre, devance la bouche puissante, suave, fruitée, fraîche, enrobée dans des tanins fondus.

Prix : 23 eur (twil.fr) - Note le Figaro : 16/20

MAS, CHATEAU MARTINOLLES GRANDE RÉSERVE 2014,
CRÉMANT DE LIMOUX BLANC
Soulignée par une effervescence fine et délicate la bouche, légère, se fait l'écho des agrumes confits ressentis au nez. Finale longue, acidulée, persistante.

Prix : 15 eur (cavistes) - Note le Figaro : 15/20

CLOS DES FEES LES SORCIÈRES 2018,
CÔTES DU ROUSSILLON ROUGE
Beaucoup de finesse et de délicatesse dans la texture mais de la puissance et de la générosité dans les saveurs de fruits rouges.

Prix : 12,50 eur (lapetiteepicerieduclosdesfees.com) - Note le Figaro : 16/20

MINUTY PRESTIGE ROSÉ 2019,
CÔTES DE PROVENCE
Nouveau flacon plus épuré et moderne pour cette cuvée rose clair, lumineuse, riche, vibrante, très fraîche, sublimée par une jolie minéralité.

Tous droits réservés à l'éditeur

Prix : 18,50 eur (minuty.com) - Note le Figaro : 17/20

COMMANDERIE DE PEYRASSOL CHÂTEAU PEYRASSOL 2017,
CÔTES DE PROVENCE ROUGE
Des reflets pourpres illuminent la robe grenat qui libère des effluves floraux, fruités rouges, épicés. Bouche toute en rondeur et harmonie, veloutée, puissante.

Prix : 22,40 eur (vignobles-austruy.com) - Note le Figaro : 17/20

CHATEAU SAINTE ROSELINE LA CHAPELLE DE SAINTE ROSELINE 2017,
CÔTES DE PROVENCE BLANC
Cette belle cuvée séduit par ses parfums de fleurs blanches et d'agrumes, sa complexité mâtinée de fraîcheur, sa générosité, sa finesse, ses notes citronnées finales.

Prix : 27,50 eur (sainte-roseline.com) - Note le Figaro : 17/20

MIRAVAL CÔTES DE PROVENCE 2015 BLANC
Bien que le millésime ne soit pas tout neuf pour un blanc de Provence, le vin très séduisant d'Angélina Jolie et de Brad Pitt possède encore une sacrée tension minérale.

Prix : 21,90 eur (vinatis.com) - Note le Figaro : 16/20

DOMAINES OTT CLOS MIREILLE, BLANC DE BLANCS 2018,
CÔTES DE PROVENCE
Bouche énergique en attaque suivie par de la rondeur, des notes de zestes d'agrumes confits, de bonbon au citron, finale joliment tendue.

Prix : 26,50 eur (cavistes) - Note le Figaro : 17/20

CHATEAU LA VERRERIE GRAND DEFFAND BIO 2017,
LUBERON ROUGE
Il développe un nez puissant, poivré, une bouche corsée, opulente, riche, intense et quelques amers élégants, des tanins présents. L'ouvrir à l'avance.

Prix : 33,50 eur (château-la-verrerie.com) - Note le Figaro : 16/20

Italie
TENUTA CASENUOVE 2015
TOSCANA IGT ROUGE
Il offre à l'oeil sa robe grenat foncé, à l'olfaction des notes de baies rouges et noires, poivrées. Plutôt souple en attaque, le vin monte en intensité, puissance et vivacité. Tanins tendres, finale juteuse.

Prix : 36,10 eur (vignobles-austruy.com) - Note le Figaro : 17/20

BIONDI SANTI BRUNELLO DI MONTALCINO RISERVA 2011, ROUGE
Ce grand vin couleur rubis débute par une attaque de velours avant de cumuler finesse, fraîcheur, fruit, vivacité, jutosité et puissance dans une formidable complexité.

Tous droits réservés à l'éditeur

Prix : 500 eur (Caves Taillevent ou Nysa) - Note le Figaro : 18/20

FAMIGLIA ZONIN SOAVE 2018 CLASSICO,
DOC BLANC
Un 100 % carganega pour ce cru vénitien jaune pâle à reflets argentés, au nez frais, dominé par des arômes floraux, de pomme verte. Attaque ronde et subtilement saline, bouche tendue, savoureuse, citronnée.

Prix : 9,90 eur (cavistes) - Note le Figaro : 16,5/20

Espagne
VINA ZORZAL Garnacha 2017,
navarre rouge
Un vin de charme et de plaisir qui se distingue par sa belle densité, ses notes gourmandes de fruits rouges, ses tanins souples, son prix très séduisant.

Prix : 5,90 eur (wineandco.com) - Note le Figaro : 15/20

FAMIGLIA TORRES PERPETUAL 2016,
PRIORAT ROUGE
Robe sombre, nez de myrtille, grillé, bouche d'une grande finesse, marquée par une splendide acidité, sublimée par des tanins fins, une puissance maîtrisée qui ne se fait sentir qu'en finale, juteuse, salivante.

Prix : 46,80 eur (cavistes) - Note le Figaro : 18/20

BERNARD MAGREZ PACIENCIA 2015,
TORO ROUGE
La robe est très sombre, profonde, à reflets violines, le nez embaume les fruits rouges mûrs et la bouche dense, puissante, s'appuie sur des tanins solides, un fruit juteux.

Prix : 7,23 eur (cavistes, grande distribution) - Note le Figaro : 16,5/20

Etats Unis
ROSEROCK PINOT NOIR EOLA-AMITY HILLS 2015,
OREGON ROUGE
Il déploie une jolie robe pourpre, un nez expressif très agréable, floral. La bouche suave, épicée, fruitée (cerise, framboise) s'enjolive d'une texture soyeuse, de tanins souples, moelleux.

Prix : 28 eur (drouhin.com) - Note le Figaro : 17/20

BEAUX FRERES PINOT NOIR 2017
WILLAMETTE VALLEY'S RIBBON RIDGE, OREGON ROUGE
Une attaque légèrement perlante suivie par une bouche très savoureuse, harmonieuse, entre finesse, gourmandise et fruit croquant. Finale longue et épicée.

Prix : 125 eur (chaisdoeuvre.fr) - Note le Figaro : 17/20

NICOLAS JAY PINOT NOIR 2015,
WILLAMOTTE VALLEY, OREGON ROUGE

Tous droits réservés à l'éditeur

Après quelques heures de décantation, l'attaque se fait moins perlante. Un vin couleur rubis, fruité (cerise), tout en légèreté, souligné par une acidité certaine, des tanins fins.

Prix : 77 eur (millesima.fr) - Note le Figaro : 15/20

NEWTON VINEYARDS UNFILTERED CHARDONNAY 2016,
NAPA VALLEY BLANC
Robe or blanc à reflets verts pour ce chardonnay aux notes d'agrumes au nez comme en bouche, à la fois suave et tendue, épicée (piment) en finale. A table, il se fait plus opulent.

Prix : 60 eur (Voyageurs du Vin, Paris IIème) ou 63,33 eur (millesima.fr) - Note le Figaro : 18/20

Tous droits réservés à l'éditeur

LA MONTAGNE
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 178584



Date : 16 fevrier 2020

Hv. Château Paul Mas Belluguette 2018

Château Paul Mas Belluguette 2018. C'est Jean, l'avisé caviste de la boutique Nicolas de la place des Bancs à Limoges, qui a sélectionné ce Coteaux du Languedoc.

Baptisé Belluguette en référence à sa parcelle d'origine, ce vin blanc est une production des Domaines Paul Mas, une famille de vignerons héraultais qui a développé le concept de luxe rural : vouloir créer des vins abordables, et stimuler de vraies émotions, uniquement à partir des sens. Noble ambition.

En effet, ce millésime 2018, assemblage de Grenache blanc, de Roussane, de Vermentino et de Viognier, est un mariage équilibré qui alerte nos sens avec un nez expressif, délicat et élégant bouquet de fruits exotiques.

Des saveurs qui se confirment et s'épanouissent en bouche avec une belle générosité et une longueur qui prolonge la beauté de l'instant.

A 9,80 ? , voilà un très bon rapport qualité/prix que vous pourrez retrouver lors de la Foire aux vins du 4 mars au 7 avril prochain.

Tous droits réservés à l'éditeur



MENTIONS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

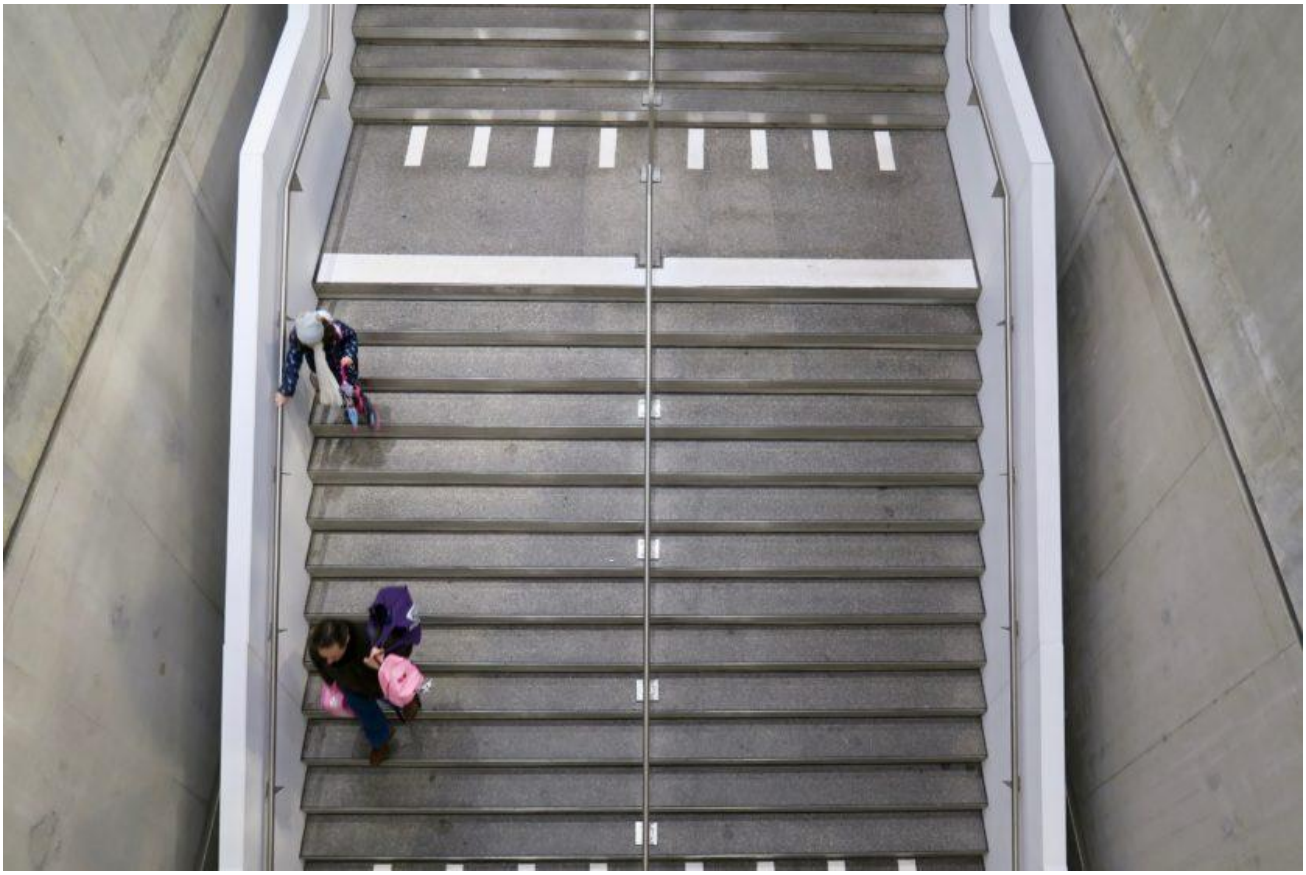
LE TEMPS

Date : 07/02/2020
Heure : 18:20:56
Journaliste : Valérie Geneux

www.letemps.ch
Pays : Suisse
Dynamisme : 41

Visualiser l'article

Gare des Eaux-Vives: les clients se font attendre



Depuis le lancement du Léman Express, le 15 décembre dernier, l'activité aux Eaux-Vives peine à (re)prendre. Commerçants et restaurateurs attendent avec impatience l'ouverture de la Comédie. Par Valérie Geneux

Mercredi,17h30, c'est l'heure de pointe. On s'attend à une marée de passagers pressés de rentrer chez eux. Surprise, à la gare des Eaux-Vives, la marée est plus que basse. Une poignée de voyageurs traversent en coup de vent la galerie marchande après le passage d'un train. Puis, plus personne dans le long couloir. On compte quelques clients au café Spettacolo, deux chez le caviste Nicolas et un petit groupe d'ados au fast food. C'est à peu près tout. Les autres magasins demeurent déserts. Chez Tekoe, le responsable admet « qu'il n'y a pas grand monde ». Selon les CFF, 50'000 passagers sont attendus quotidiennement sur le réseau. Une fois sur place, force est de constater que l'on est loin du compte.

Mais où est passée la clientèle ?

Faute de fréquentation, la plupart des commerçants de la galerie ont procédé à des licenciements. L'équipe de Tekoe a diminué de moitié, passant à deux employés par jour. « Nous réduisons les coûts au maximum en attendant que ça prenne », confesse le gérant. Même régime du côté de la Fnac qui s'est séparée de

Tous droits réservés à l'éditeur

deux employés. Le directeur du fast food Five Guys, avoue être un peu déçu. « En terme de fréquentation, je m'attendais à un petit Cornavin.» La responsable du magasin Moa s'avère, quant à elle, remontée. « J'ai l'impression d'être lâchée. Je n'ai jamais vu les CFF. Je suis déçue du manque d'information autour de l'ouverture de cette galerie », témoigne-t-elle.

Le discours optimiste des CFF

Qu'en disent les concepteurs du projet ? Interrogée, la Ville de Genève renvoie aux CFF. La fréquentation de la gare et du quartier n'est pas de son ressort. Quant aux CFF, ils reconnaissent qu' « ffectivement les affluences ne sont pas au rendez-vous ». Frédéric Revaz, porte-parole, ajoute qu'il est encore trop tôt pour faire un bilan chiffré. « Nous espérons une augmentation progressive de la fréquentation : le quartier en surface est en cours d'aménagement et nous sommes en train d'améliorer la signalétique pour que les commerces obtiennent plus de visibilité depuis l'extérieur. Nous cherchons aussi à mettre en place des manifestations sur le site, et sommes à la recherche de partenariats à cet effet », déclare-t-il.

« On a souffert, mais ça va désormais aller dans le bon sens »

Aux alentours de la gare, les commerçants dressent un constat mitigé. Ceux qui s'étaient établis de part et d'autre de l'arrêt de tram Roche déplorent sa disparition. « Je comprends que l'arrêt ait été supprimé. Cependant, les commerces se sont greffés autour. Aujourd'hui, cet espace est laissé à l'abandon. Personne ne s'est soucié d'un quelconque aménagement pour les commerçants », regrette David Greco, gérant de l'épicerie italienne Messapia. Melhia Tekkoyun, gérante du tabac le Point rouge partage le mécontentement de son voisin. « Nous avons subi une perte de 20'000 francs de chiffre d'affaire. Il n'y a plus de clients », déplore-t-elle.

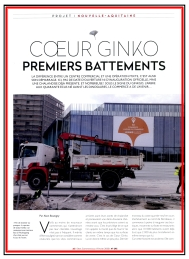
Le magasin de vélo Easycycle semble l'un des commerçants les plus satisfaits de la fin des travaux. «Notre clientèle a pu enfin revenir », se réjouit Jospeh Spinelli. En janvier le chiffre d'affaire a augmenté de 15% par rapport à l'année dernière. Les deux vendeurs, tout sourire, comptent sur l'emplacement de leur échoppe, à côté de la voie verte, pour attirer les clients. « On a souffert, mais ça va désormais aller dans le bon sens », annoncent-ils d'une seule voix.

Tous derrière la Comédie

Les commerçants de la galerie et du quartier reconnaissent qu'il est encore tôt pour tirer un bilan objectif de la situation. Attendant avec impatience l'ouverture prochaine de la Comédie, ils restent tous très optimistes quant au futur de leur magasin. « J'espère que cela va donner une impulsion », déclare le directeur du fast food. « J'attends beaucoup du futur théâtre qui, je l'espère, aura un impact positif sur le quartier », ajoute David Greco. Même constat du côté des CFF qui comptent, eux aussi, sur la Comédie pour augmenter la fréquentation. Qui a dit que le théâtre ne changeait pas le monde?

Tous droits réservés à l'éditeur





Date : Fevrier 2020
Page de l'article : p.40-43
Journaliste : Alain Boutigny

CŒUR GINKO
PREMIERS BATTEMENTS

LA DIFFÉRENCE ENTRE UN CENTRE COMMERCIAL ET UNE OPÉRATION MIXTE, C'EST AUSSI SON DÉMARRAGE. ICI, PAS DE DATE D'OUVERTURE NI D'INAUGURATION OFFICIELLE, MAIS UNE CHALANDISE DÉJÀ PRÉSENTE. ET NOMBREUSE ! SOUS LE SIGNE DU GINKGO, L'ARBRE AUX QUARANTE ÉCUS NÉ AVANT LES DINOSAURES, LE COMMERCE A DE L'AVENIR…



Par Alain Boutigny

▲ Fin de chantier ou presque : la «porte» de Cœur Ginko : un restaurant avec terrasse face à l'Aushopping d'un côté, vue sur le Lac de l'autre.

Voilà au moins de nouveaux commerces qui n'attendront pas leur clientèle. L'avantage n'est pas si fréquent. Il mérite d'être souligné, tant on considère comme «naturel» que les sites commerciaux arrivent avant leurs zones de chalandise et poireautent une demi-douzaine d'années avant que les prévisions soient au rendez-vous. C'est le privilège de ce que l'on appelle la mixité que de fournir les clients en même temps que les surfaces de vente. C'est le cas de Cœur Ginko. Lui en donne même un peu plus. Dernier morceau du vaste quartier neuf en cours d'achèvement au nord de Bordeaux, il commence à peine à inaugurer ses boutiques, moyennes surfaces et restaurants alors que 10 000 habitants vivent déjà là et que 2 000 de plus s'installeront en même temps que lui.
Car cette histoire est ancienne. Elle com-

Tous droits réservés à l'éditeur





▲ Ce n'était jusque-là qu'une vue d'artiste, comme on dit. C'est désormais une réalité : le Cultura géant de Cœur Ginko ouvrira début avril. Avec sa taille (6 000 m² sur deux niveaux), il assure une sorte de liaison entre le nouveau centre commerçant et son voisin l'Aushopping et les enseignes qui l'entourent (Ikea, Leroy Merlin, Darty…). Globalement, la zone réaliserait autour de 1 milliard de chiffre d'affaires.

ments germent dans les esprits autour de l'an 2000 et Bouygues gagne le concours en 2005. Le temps de construire, ces immeubles se sont inscrits dans le décor, la vie s'est organisée. Les premiers appartements sont occupés depuis pas loin de sept ans. C'est presque de l'ancien et qui vaut… entre 3 500 et 4 500 €, ce qui n'est pas rien. Quant au marché du locatif, il fonctionne au ralenti : malheureusement, regrette l'agent immobilier du coin… Traduisez : les gens sont bien ici et veulent rester.

Concrètement, plus de cent immeubles d'architecture parfois fort différente composent le paysage agrémenté de sentiers bordés d'arbres et de talus engazonnés, de larges avenues et de canaux qu'alimente la grande pièce d'eau voisine. Voilà déjà trois mille logements. Avec le Cœur Ginko et ses vingt-trois immeubles, dernier lot d'un programme aussi aérien que colossal, ce seront six cents de plus et un centre commerçant au milieu. Les constructions laissent maintenant apparaître, dans sa simplicité, le dispositif commercial : une croix formée par un Mail des Bordelais et une Promenade suffisamment large pour accueillir un marché de plein air. A l'intersection, une place bordée de restaurants, dont l'un, avec terrasse, regarde au loin le Lac.

La commercialisation avance. Selon Bouygues Immobilier, 65 % des surfaces sont signées. Ce chiffre devrait passer à 90 % cet automne. Mais déjà, sans se soucier d'une inauguration bourgeoise, les premières enseignes ouvrent leurs portes : le grand Intermarché Express de 1 000 m², que pilote le jeune adhérent David Pibarot, a donné le coup d'envoi mi-janvier, l'immense Cultura de 6 000 m² sur deux étages et Intersport prendront le départ en avril. Les grues vont prendre la poudre d'escampette, les échafaudages disparaissent un à un, les



mence dans les belles années 60, lorsque l'équipe municipale de Chaban-Delmas récupère ces terrains et que l'architecte-urbaniste Jean Royer découpe le tout en trois morceaux : un parc d'exposition, un lac et des habitations. Les villes ne se font pas en un jour. Les équipements sortent peu à peu de terre, les loge-



◀ Autre «liaison» entre Cœur Ginko et la zone commerciale du Lac : un tout nouveau food hall de bois abritant 7 enseignes de restauration juste au bord de l'avenue des Quarante Journaux desservant les deux sites : Vapiano, Billig et Carabin, birstro Regent, Salad&Co, Les Burgers de Papa, Woko, Nachos.



◀ Le tram devait à l'origine passer entre la zone commerciale d'Auchan Lac et l'éco-quartier Ginko. Il a finalement été récupéré par Cœur Ginko pour son usage exclusif.

Tous droits réservés à l'éditeur







→ SILENCE, ON OUVRE

Nom : Cœur Ginko
Adresse : Bordeaux-Le Lac (nord)
Ouverture : janvier à novembre 2020
Directeur : Karl Delabrière
Surfaces de commerce : 28 000 m², dont 10 moyennes surfaces (Cultura, Intermarché, Basic-Fit, McDo, Hapik, Cuisinella, Intersport, Gifi...) et 9 920 m² pour 56 boutiques (Nicolas, Naturalia, La Mie Câline, Subway, Café Etienne, Séquoïa, Optic2000, Pitaya, King Marcel, Lettuce Garden, Haute Salade, La Romainville, Body Minute, Docteur It...) et un marché couvert
Logements : 600, une résidence de tourisme d'affaires, outre 170 000 m² d'habitation pour l'ensemble de l'écoquartier Ginko, avec crèche, école, maternelle, médiathèque, gymnase... abritant au total près de 12 000 habitants
Bureaux : 25 000 m²
Architecte : L35
Promoteur, gestionnaire et exploitant : Bouygues Immobilier



▲ Le marché de plein air n'était jusque-là qu'une perspective d'architecte (au-dessus) ; il devient une réalité au milieu des immeubles en cours de finition (au-dessous).

deux nappes de parking seront bientôt en service ; le reste suivra de manière naturelle, comme s'ouvrent les boutiques d'un plateau marchand.

Mais d'un plateau marchand traversé par un tram qui dessert l'active base du Lac avec sa plage et ses activités sportives et de loisir et plus loin le parc des expositions, et de l'autre côté met le cœur de Bordeaux à 12 mn. Et qui associe bureaux, écoles, coworking, crèche, médiathèque et gymnase. La gigantesque zone de l'Aushopping mitoyenne par-dessus le marché. Là, outre l'hypermarché et sa galerie marchande où trône désormais Primark dans son enveloppe à résille qui termine le mall, on trouve une catalogue impressionnant d'enseignes attractives : Lapeyre, Leroy Merlin, Darty, Conforama, Saint Maclou, Maison de la Literie... On considère sur place que le chiffre d'affaires de ce hub de commerce réalise 750 millions et, boîte bleue comprise, autour de 1 milliard ; attirant au passage un trafic considérable aux portes de Cœur Ginko. ■

▲ En haut : la galerie de l'Aushopping avec son Primark flambant neuf. Ceetrus en a fait un site de la classe des jumbos.

▲ L'esprit de l'écoquartier Ginko tient dans ce café-espace coworking et ses services de proximité (La Poste comprise) : solidarité, bien-être et vivre-ensemble.

▶ Promenade dans l'écoquartier de Ginko : plates-bandes engazonnées, canaux alimentés par le Lac tout proche, sentes arborées, petits ponts, grand air, larges avenues et bonne humeur...

Tous droits réservés à l'éditeur











Tous droits réservés à l'éditeur

JeanJacques

jjprocureur.canalblog.com
Pays : France
Dynamisme : 2

Visualiser l'article

Regard ; rencontre ; Philippe Dupuy - JeanJacques



Philippe Dupuy//*Devenu inséparable de Charles Berberian, Philippe Dupuy est né le 15 décembre 1960 à Sainte-Adresse. Son premier essai de bande dessinée paraît en 1980 dans l'éphémère revue AÏE !, suivi de collaborations épisodiques et discrètes à divers fanzines, dont P.L.G.P.P.U.R., où il fait la connaissance de son futur complice, en 1983. Leur premier travail commun est un hommage à Hergé, à l'occasion de la mort de celui-ci, dans BAND' À PART. En quelques années, cet étonnant duo à quatre mains développe un style personnel et élégant. Qu'ils racontent les mésaventures de leur anti-héros Monsieur Jean, dévoilent le journal intime de la petite Henriette ou animent de grandes campagnes nationales (Loterie, Vins Nicolas, SNCF, etc.), Philippe Dupuy et Charles Berberian signent toujours de magnifiques pages qui rivalisent d'humour et de charme. Ils essaiment leurs albums chez Magic Strip, Audie, Comixland, L'Association, les Humanos, avant de s'établir pour de bon chez Dupuis. D'abord, dans "Humour Libre", à l'occasion du second volume des "Sales petits contes", scénarisés par Yann sur des synopsis proposés par Charles Perrault en 1697. Ensuite, par la reprise de "Monsieur Jean" et de Henriette". Le jury du Festival de la bande dessinée d'Angoulême a décerné son Grand prix 2008 à Philippe Dupuy et Charles Berbérian ("Un peu avant la fortune", "Monsieur Jean", "Henriette").
Texte © Dupuis

Tous droits réservés à l'éditeur

LE FIGARO hors-série
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrégulière





Date : Mars 2020
Page de l'article : p.122-128
Journaliste : B. J.

COMBIEN FAUT-IL INVESTIR AU DÉMARRAGE ?

« Le Figaro » a consulté les données concernant 260 enseignes de différents secteurs.

Si je décide de créer mon entreprise en franchise, combien dois-je me préparer à investir ? Comment puis-je me renseigner et me faire rapidement une idée en fonction des enseignes qui m'intéressent ? Ce sont les questions que se pose le candidat franchisé lorsqu'il commence à travailler à son projet.

Se mettant à sa place, *Le Figaro* s'est livré à cet exercice, dont nous livrons le résultat dans ces pages. Nous avons sélectionné 260 enseignes de différents secteurs et représentant des montants d'investissement variable.

Pour ces enseignes, nous avons recherché les données publiques et facilement accessibles à tous. Plusieurs sites internet permettent de recueillir les informations de base : apport personnel, investissement global, droit d'entrée, chiffre d'affaires en rythme de croisière. Pour répondre à cette question de l'engagement financier initial, il y a les sites des franchiseurs, de la Fédération française de la franchise (www.franchise-fff.com) et, surtout, celui de l'Observatoire de la franchise (www.observatoiredelafranchise.fr), très complet sur ces questions.

B. J.

	Enseigne	Activité	Réseau créé en	Points de vente franchisés	Chiffre d'affaires annuel en €	Apport personnel en €	Investissement en €	Droit d'entrée en €
	5 à sec	Pressing	1970	ND	230 000	60 - 70 000	85 000	15 000
A	Access Credits Pro	Courtage de crédit	2009	43	100 000	25 000	25 000	20 000
A	Action Sport	Coaching sportif	2017	14	300 000	30 000	150 000	25 000
A	Actioncoach	Coaching de dirigeants	2006	7	150 000	10 000	40 000	20 000
A	Activ'expertise	Diagnostic immobilier	2012	125	140 000	10 000	35 000	10 000
A	Ada	Location auto	1984	1000	350 000	40 000	ND	30 000
A	Adhap	Services à la personne	1997	115	250 000	55 000	120 000	16 000
A	AFR Financement	Courtage de crédit	2014	15	420 000	10 000	à p. de 30 000	25 000
A	Age d'Or	Services à la personne	1991	110	35 000	20 000	60 000	19 500
A	Ambiance & Styles	Arts de la table	1992	100	700 000	100 000	350 000	-
A	Amorino	Glacier	2002	72	465 000	200 000	ND	30 000
A	Anacours	Soutien scolaire	2009	18	190 000	25 000	68 000	22 000
A	Ange	Boulangerie	2008	128	1,2 M	120 000	650 000	55 000
A	Apef	Services à la personne	1992	65	200 000	20 000	60 000	28 000
A	Api	Pièces auto	1985	61	1,8 M	50 - 80 000	380 000	15 000
A	Aquila RH	Intérim	2009	58	2 M	25 - 100 000	80 000	35 000
A	Aquilus	Piscines et spas	1995	60	450 à 500 000	30 000	80 000	-
A	Archea	Placards et rangements	1984	49	350 000	50 000	155 000	20 000
A	Armor Lux	Prêt-à-porter	-	-	-	-	À p. de 10 000	-
A	ASR Nettoyage	Nettoyage	2018	4	600 000	10 000	29 700	15 000

Tous droits réservés à l'éditeur

	Enseigne	Activité	Réseau créé en	Points de vente franchisés	Chiffre d'affaires annuel en €	Apport personnel en €	Investissement en €	Droit d'entrée en €
A	Astikoto	Lavage auto	2011	12	180 000	110 000	390 000	15 000
	Attila	Toitures	2003	87	350 000	60 000	170 000	26 000
	Au Bureau	Brasserie	1989	131	1,7 M	100 000	900 000 - 1,4 M	45 000
	Au Nom de la rose	Fleuriste	1991	29	150 - 200 000	20 000	À p. de 80 000	15 000
	Autosmart	Produits d'entretien auto	1979	45	ND	15 - 90 000	90 000	15 000
	Aviva	Cuisines	2000	58	1,3 M	80 000	180 - 350 000	18 000
	Axeo	Services à la personne	2006	233	240 000	25 000	65 - 80 000	25 000
B	Babou	Distribution	1978	96	3 M - 10 M	3000	ND	-
	Babychou	Garde d'enfants	2006	67	250 000	20 000	55 000	22 000
	Bagel Corner	Restauration	2011	60	200 à 800 000	70 000	170 000	20 000
	Bagelstein	Restauration	2010	67	350 000	50 000	150 - 200 000	18 000
	Basilic & Co	Restauration	2014	22	1 M	30 000	200 - 500 000	25 000
	Bastide	Matériel médical	2008	84	ND	10 000	40 à 240 000	A p. de 17 000
	Bazarland	Distrubution	1991	48	1,3 M	100 000	300 000	11 000
	BChef	Restauration	2015	50	480 000	600 000	250 à 400 000	21 000
	Beauty Success	Parfumerie	1995	220	850 000	130 000	300 000	17 000
	Beauty Success	Parfumerie	1995	190	850 000	130 000	À p. de 300 000	17 000
	Betjeman and Barton	Vente de thé	1987	20	ND	5000	10 - 20 000	5000
	Bioburger	Restauration	2017	2	1,1 M	170 000	400 à 700 000	30 000
	Biocoop	Produits bio	1986	NC	ND	80 000	-	1,5% du CA
	Blue Box	Prêt-à-porter	2014	13	1,2 M	150 000	700 000	5000
	BO Concept	Mobilier	1993	ND	8 M	500 000	400 000	25 000
	Boulangerie Louise	Boulangerie	2010	120	ND	110 000	500 000	40 000
	Bouticycle	Vélos et équipements	2008	25	550 000	80 000	ND	14 000
	Bras droit des dirigeants	Conseil aux TPE et PME	2013	27	ND	25 000	-	25 000
	Brioche dorée	Restauration	1992	157	600 000	100 000	300 000	30 000
	Buffalo Grill	Restauration	1980	99	1,6 M	250 000	1,1 M	50 000
	Bureau Vallée	Fourniture de bureau	1994	261	700 000	70 - 120 000	280 - 350 000	10 - 20 000
	Burger Factory	Restauration	2020	-	400 à 600 000	35 000	120 000	35 000
	Burger King	Restauration	2012	300	ND	250 000	700 - 850 000	50 000
C	Cache-Cache	Prêt-à-porter	1991	ND	900 000	25 000	250 000	6 500
	Canibest	Éducation canine	2018	7	150 000	10 000	30 000	12 000
	Carlance	Instituts de beauté	2007	60	293 000	30 000	140 000	15 900
	Carré blanc	Linge de maison	1984	103	300 - 700 000	35 000	75 000	12 000
	Carrefour Bio	Commerce bio	2016	35	ND	10 000	ND	-
	Carrément Fleurs	Fleuriste	2006	30	520 000	60 - 80 000	220 000	17 000
	Carslift	Ventes de voitures	2015	20	400 000	15 000	80 000	35 000
	Cartridge World	Impression 2D et 3D	2003	100	190 000	17 000	57 - 62 000	15 000
	Cash Converters	Produits d'occasion	2001	120	500 000	50 000	150 - 450 000	À p.de 15 000
	Cash Express	Produits d'occasion	2002	122	800 000	50 000	800 000	15 000

Sources : Observatoire de la franchise, Fédération française de la franchise et sociétés. Données relevées entre le 22 janvier et le 14 février 2019. ND : non disponible. Les enseignes répertoriées sont adhérentes de la Fédération française de la franchise (FFF). Ont été retenus les réseaux dont les informations sont les plus complètes. Les données ont été relevées entre le 22 janvier et le 2 février sur le site Internet de la FFF.

Tous droits réservés à l'éditeur

LE FIGARO hors-série
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrégulière

Date : Mars 2020
Page de l'article : p.122-128
Journaliste : B. J.

	Enseigne	Activité	Réseau créé en	Points de vente franchisés	Chiffre d'affaires annuel en €	Apport personnel en €	Investissement en €	Droit d'entrée en €
C	Cavavin	Caviste	1985	160	320 000	30 000	100 000	16 500
	Centre Services	Services à domicile	2005	80	350 000	28 000	80 000	18 500
	Clair de Baie	Menuiseries	1996	23	ND	20 000	60 000	7 000
	Class'Croute	Restauration	1987	ND	600 000	100 000	ND	30 000
	Cœur de Fleurs	Fleurs	1995	ND	ND	À p. de 40 000	ND	10 000
	Cofféa	Café, thé	1968	8	ND	ND	80 000	19 500
	Columbus Café	Restauration	2004	50	ND	80 000	350 000	18 000
	Comtesse du Barry	Épicerie fine	1976	19	ND	ND	140 000	14 000
	Copper Branch	Restauration	2018	12	550 - 950 000	120 000	300 - 400 000	20 000
	Courtepaille	Restauration	1977	ND	ND	200 - 400 000	ND	40 000
	Credipro	Courtier en crédit	2010	24	120 000	25 000	50 000	20 000
	Cuisine Plus	Cuisines	1984	53	1,5 M	80 - 150 000	ND	23 000
	Cuisinella	Meubles de cuisine	1989	718	2 M	50 000	350 à 500 000	-
	Culinarion	Ustensiles de cuisine	1997	29	375 000	80 000	250 à 350 000	-
	Culture Vélo	Cycles et accessoires	2000	74	1 M	120 000	ND	22 000
D	Dal'alu	Gouttières en aluminium	1982	146	200 000	30 % de l'inv. de démarrage	50 000	Aucun
	Dammann Frères	Thé	2014		30% par r. à année 1	25 000	A p.de 200 000	10 000
	D. Moquet signe vos allées	Allées et bordures	2004	200	ND	40 - 50 000	250 000	41500
	Darty	Distribution spécialisée	2014	170	ND	75 - 150 000	ND	50 000
	Day by day	Epicerie en vrac	2014	34	235 000	20 000	85 000	12 000
	De Neuville	Chocolaterie	1986	135	ND	À p. de 50 000	ND	15 000
	Del Arte	Restauration	2002	165	1,1 - 1,7 M	175 000	800 000	46 000
	Del Arte	Restauration	1984	151	ND	150 000	750 000	46 000
	Dessange	Coiffure	1977	188	780 000	30% de l'inv.	Env. 2 000/m²	15 - 20 000
	Detailcar	Lavage auto	2012	15	100 000	3 000 - 100 000	40 000	À partir de 9500
	Dietplus	Coaching alimentaire	2011	230	165 000	5000	50 0 70 000	7500
	Distri Club Médical	Matériel médical	1984	68	ND	50 000	ND	15 000
	Doc'biker	Entretien deux-roues	1997	13	ND	60 - 180 000	180 000	15 000
	Dom & vie	Maintien à domicile	2015	60	350 000	30 000	70 000	25 000
	Domicile Clean	Services à domicile	2008	80	240 000	10 000	35 000	12 000
	Domidom	Aide à domicile	2003	45	600 000	30 000	80 000	19 000
	Domino's Pizza	Livraison de pizzas	1989	390	800 000	NC	ND	25 000
E	Easy Cash	Produits d'occasion	2001	112	1,4 M	50 000	ND	15 000
	Eat Salad	Restauration	2015	28	960 000	110 - 150 000	490 000	35 000
	Ecotel	Fournitures pour CHR	1976	NC	ND	150 - 200 000	175 000	23 000
	Elancia	Remise en forme	2003	18	ND	ND	ND	29 000
	Eléphant bleu	Lavage auto	1987	470	30 000	60 - 150 000	ND	À p. de 7000
	Envia Cuisines	Cuisines	2010	12	1, 2 M - 1,5 M	40 000	120 - 200 000	15 000
	Era immobilier	Agences immobilières	1993	380	325 000	50 000	80 000	22 000
	Euromaster	Entretien auto	2009	400	500 000 - 4 M	30 000	ND	15 000

Tous droits réservés à l'éditeur

	Enseigne	Activité	Réseau créé en	Points de vente franchisés	Chiffre d'affaires annuel en €	Apport personnel en €	Investissement en €	Droit d'entrée en €
E	Ewigo	Ventes de voitures	2013	74	ND	25 - 50 000	86 000	20 000
	Ex'im	Diagnostics immobiliers	2005	65	ND	25 000	50 000	14 500
F	Factory & Co	Restauration	2014	12	2 à 3 M	250 000	950 000	38 000
	Factory & Co	Restauration rapide	2014	12	1,5 M	250 000	950 000	38 000
	Falily Sphere	Services à la famille	2006	102	240 000	25 000	60 à 75 000	20 000
	Family Sphere	Garde d'enfants	2006	102	200 000	25 - 35 000	ND	20 000
	FCA	Rénovation de l'habitat	2010	19	500 à 800 000	30 000	100 000	30 000
	Feu vert	Réparation auto	1979	175	1,4 M	120 - 200 000	650 000	25 000
	Feuillette	Restauration	2014	9	1,8 M	200 000	940 000	30 000
	Firmin	Boulangerie	2011	10	ND	À p. de 20 000	250 000	25 000
	Fitness Boutique	Equipements de fitness	2010	49	300 000	45 000	120 - 200 000	12 000
	Fitness Park	Remse en forme	2009	145	500 000 - 1,5 M	200 000	650 000	35 000
	Flunch	Restauration	1999	76	ND	150 000	450 000	45 000
	France Pare-Brise	Réparation auto	1993	336	250 - 800 000	45 000	70 000	15 000
	Frank Provost	Coiffure	1995	365	ND	30 000	120 000	15 000
G	Gamecash	Jeux vidéo	2005	60	400 000	50 000	150 - 200 000	20 000
	Gautier	Meubles	2005	120	NC	100 000	À p.de 200 000	20 000
	Générale d'optique	Optique	2002	58	300 - 700 000	ND	ND	15 000
	Générale de services	Services à la personne	2008	60	600 000 - 1 M	20 000 - 40 000	80 - 110 000	15 000
	Grain de Malice	Prêt-à-porter	ND	60	ND	80 000	ND	10 000
	Grandoptical	Optique	2007	67	ND	100 000 - 150 000	350 000	25 000
	Guy Hoquet l'immobilier	Agences immobilières	1994	550	350 000	40 000	105 000	28 500
H	Happy	Fleuriste	2006	29	ND	60 000	180 000	10 000
	Happy Cash	Produits d'occasion	2007	85	600 000	50 000	245 - 400 000	15 000
	Hippopotamus	Restauration	1995	62	1,7 M	100 000	1 million	50 000
	Homebox	Box de rangement	2006	35	350 000	50 000 - 500 000	200 000	20 000
	Hydroparts	Entretien de hayons	2010	26	ND	20 000 - 30 000	45 000	20 000
I	Indiana Café	Restauration	1994	8	ND	200 000 - 1 M	ND	À p.de 40 000
	Ioburo	Fournitures de bureau	2019	10	400 à 700 000	60 000	200 à 400 000	8 000
	Irrijardin	Piscine, arrosage	2003	85	ND	60 000 - 70 000	180 000	135 000
	Isocomble	Isolation	2013	32	ND	30 000 - 45 000	90 000	300 000
	Ixina	Cuisines	1997	145	ND	80 000 - 120 000	ND	23 000
J	Jean-Louis David	Coiffure	1979	317	NC	30 000	160 000	15 000
	Jeff de Bruges	Chocolaterie	1986	354	À p.de 180 000	80 000 - 200 000	-	-
	JouéClub	Jeux et jouets	2000	300	1 M	100 000	100 000	5 000
	Jour	Restauration	2007	6	700 000	100 000	500 000	35 000
	Jules	Prêt-à-porter	1991	67	ND	150 000	ND	-
K	Kangourou Kids	Garde d'enfants	2010	113	250 000	15 000	60 à 70 000	16 500
	Keep Cool	Remise en forme	2006	170	ND	150 000 - 300 000	ND	36000
	Keller Williams	Immobilier	2016	25	5 M	200 000 - 400 000	ND	60

Tous droits réservés à l'éditeur

LE FIGARO hors-série
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrégulière

Date : Mars 2020
Page de l'article : p.122-128
Journaliste : B. J.

	Enseigne	Activité	Réseau créé en	Points de vente franchisés	Chiffre d'affaires annuel en €	Apport personnel en €	Investissement en €	Droit d'entrée en €
K	Ker Juliette	Restauration	2020	-	300 000	50 000	100 à 200 000	20 000
	KFC	Restauration	1991	137	ND	200 000	700 000	41 900
	Kid's Poux	Soins	2017	15	140 000	5 000 - 15 000	40 - 50 000	15 000
	Kidiliz	Prêt-à-porter	2016	85	ND	20 000	30 000	6 000
	Koala Pressing	Pressing	2019	7	250 000	ND	50 à 180 000	14 000
	L'Appart Fitness	Remise en forme	2011	42	600 000	70 000	300 - 700 000	25 - 35 000
L	L'Onglerie	Manucure	1984	115	80 000	NC	60 000	12 500
	L'Atelier Papilles	Boulangerie	2000	30	692 000	90 000	400 000	40 000
	La Boucherie	Restauration	1992	112	ND	100 000 - 150 000	ND	46 500 - 55 500
	La Cervoiserie	Vente de bière	2010	19	ND	80 000	ND	15 000
	La Compagnie du lit	Literie	2008	30	500 000	33% du projet	140 000	20 000
	La Côte & l'Arête	Restauration	2016	9	2 M	250 000	800 000	45 000
	La Croissanterie	Restauration	1979	162	ND	100 - 200 000	ND	30 000
	La Fée maraboutée	Prêt-à-porter	2000	109	7 000/m²	50 000	ND	10 000
	La Grande Récré	Jeux et jouets	2003	NC	ND	200 - 250 000	ND	À p. de 18 000
	La Maison des travaux	Courtier en travaux	2008	70	ND	NC	20 000	12 000
	La Maison du savon de Marseille	Savons et shampoing	2016	ND	320 000	40 000	100 000	14 000
	La Mie câline	Restauration	1986	283	716 000	100 000	410 000	30 000
	La Panetière	Restauration	1997	220	550 000	60 000	350 000	20 000
	La Pataterie	Restauration	1999	120	680 000	120 - 150 000	ND	45 000
	La Pizza de Nico	Restauration	2008	25	500 000	42 000	140 - 400 000	35 000
	La Vie claire	Alimentation bio	1950	150	1,5 M	30% de l'inv.	ND	16 000
	La Vignery	Caviste	2016	22	2 M	50 000	ND	30 000
	Laforêt	Immobilier	1991	700	330 000	50 000	150 000	28 000
	Laurie Lumière	Luminaires	2016	ND	600 000	50 000	175/m²	10 000
	Lav'Car	Lavage auto	ND	50	ND	20 000	-	5000
	LDLC	Produits informatiques	2014	39	1,4 M	75 000	ND	37 500
	Le Jardin des fleurs	Fleuriste	1989	63	ND	ND	200 000	17 000
	Leonidas	Chocolatier	ND	345	-	35 000	50 000	-
	Les Comptors de la bio	Commerce bio	2012	130	2,5 M	80 000	500 000	-
	Les Menus Services	Repas à domicile	2006	85	500 000	40 000	100 000	20 000
	Les Relais d'Alsace	Restauration	2008	34	ND	250 000	800 000	15 000
	Lippi	Portails et clôtures	ND	ND	ND	30% de l'inv.	25 - 60 000	26 000
	Lollipops	Accessoires de mode	ND	ND	ND	30 000	-	12 000
M	Mail Boxes Etc.	Services aux entreprises	2013	43	ND	À p. de 40 000	80 000	20 000
	Maison Caffet	Pâtisserie, chocolaterie	2009	5	350 000	100 000	250 000	20 000
	Maisons Pierre	Construction	2016	11	3 M	50 000	ND	25000
	Mango	Prêt-à-porter	2014	ND	ND	200 000	ND	100 000
	Marie Blachère	Boulangerie	2016	ND	ND	100 000	600 000	40 000
	Mary Cohr	Instituts de beauté	1977	100	ND	30 000	À p. de 30 000	11 000

Tous droits réservés à l'éditeur

LE FIGARO hors-série
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrégulière

Date : Mars 2020
Page de l'article : p.122-128
Journaliste : B. J.

	Enseigne	Activité	Réseau créé en	Points de vente franchisés	Chiffre d'affaires annuel en €	Apport personnel en €	Investissement en €	Droit d'entrée en €
M	Médor et compagnie	Animalerie	2013	12	670 000	80 000	180 000	15000
	Meilleurtaux	Courtage de crédit	2006	305	450 000	50 000	220 000	50 000
	Meltdown	Bar	2013	28	275 000	65 000	190 - 300 000	93 000
	Memphis	Restauration	2011	69	1,2 M	40 000	150 000	45 000
	Michaël Zingraf	Immobiler	ND	ND	800 000	-	ND	45 000
	Michel Simond	Transmission d'entreprises	1997	50	450 000	75 000	150 - 200 000	50 000
	Midas	Réparation auto	1979	326	650 000	60 000	200 000	25000
	Mikit	Construction	1984	130	780 000 -2,5 M	30% de l'inv.	100 000	37 500
	Mobalpa	Cuisines, salles de bain	1948	324	1,4 M	60 000	300 000	-
	Monceau Fleurs	Fleuriste	1998	136	ND	70 000	210 000	20 000
	Mondial Box	Garde meuble	2013	ND	215 et 300 K€	100 000	500 / 1000 K€	13 000
	Mondial Pare-brise	Réparation auto	1999	226	300 - 500 000	30 000	300 - 500 000	15 000
	Mondial Tissus	Textile	2015	5	800 000 - 1,4 M	70 000	350 €/ m^2	18000
	Moulin de Païou	Boulangerie	2005	ND	775 000	100 - 150 000	500 000	40 000
	Mr Bricolage	Articles de bricolage	1980	781	ND	250 000	500/m^2	9 150
	My Big Bang	Remise en forme	2019	5	200 000	30 000	95 000	14 500
N	Naf Naf	Prêt-à-porter	-	151	ND	30% de l'inv.	-	8000
	Natilia	Construction	2010	59	2,3 M	60 000	ND	25 000
	Naturalia	Produits bio	2003	20	1,6 M	200 000	600 000	-
	Nestenn	Agences immobilières	1999	315	400 000	50 - 90 000	ND	18 000
	Nicolas	Caviste	1995	4	300 000	50 000	120 000	30 000
	Ninkasi	Restauration	2010	6	1,2 M	200 000	ND	40 000
	Norauto	Répartition auto	1981	128	1,3 M	120 000	450 000	20 000
O	Ô P'tit Môme	Micro-crèches	2015	27	180 000	10 000	15 000	15 000
	O'Tacos	Restauration	2015	183	900 000	80 000	350 000	25 000
	O2 Care Services	Services à domicile	2012	159	290 000	25 000	78 000	43 000
	On Air	Remise en forme	2017	1	1,1 M	250 000	1 100/m^2	25 000
	Oya	Fleuriste	1999	17	250 000	50 000	90 000	8750
	Ozéo Cuisines	Cuisines	2016	11	1,3 M	50 000	180 000	16 800
P	Paul	Boulangerie	1990	302	ND	20% de l'inv.	450 000	48 000
	Pegast	Restauration	2010	22	300 000	100 - 150 000	150 000	25 000
	Petits-fils	Services à la personne	2012	65	680 000	26 000	78 000	19 800
	Picard	Produits surgelés	2015	17	ND	100 000	300 000	25 000
	Piscines Desjoyaux	Piscines	1984	165	600 000	30 000	120 000	-
	Pisicines Magiline	Piscines	1994	2000	600 000	25 000	50 000	ND
	Pitaya	Restauration	2015	20	1,2 M	100 000	200 - 250 000	35 000
	Pizza Hut	Restauration	1987	147	600 000	80 000	250 000	23 000
	Planet sushi	Restauration	2009	30	900 000	80 - 120 000	ND	40 000
	Point chaud	Restauration	1981	2	ND	80 000	ND	30 000
	Point S	Réparation auto	1971	450	ND	60 000	150 - 180 000	10 750

Tous droits réservés à l'éditeur

LE FIGARO hors-série
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrégulière

Date : Mars 2020
Page de l'article : p.122-128
Journaliste : B. J.

	Enseigne	Activité	Réseau créé en	Points de vente franchisés	Chiffre d'affaires annuel en €	Apport personnel en €	Investissement en €	Droit d'entrée en €
P	Préservation du patrimoine	Rénovation	2017	18	1,2 M	30 000	148 000	18 000
Q	Quadro	Agencement intérieur	ND	37	500 000	40 000	80 - 200 000	10 000
	Quick	Restauration	1989	NC	ND	250 - 300 000	800 - 950 000	50 000
R	Réauté Chocolat	Chocolat	2008	27	550 000	100 000	300 à 400 000	10 000
	Rent A Car	Location auto	1996	278	ND	70 000	100 000	À p. de 10 000
	Repar'stores	Volets et stores	2009	30	165 000	5 000 - 15 000	45 000	20 000
S	S.Oliver	Prêt-à-porter	2015	ND	ND	50 000	1200/m²	9000
	Saint Algue	Coiffure	1985	254	ND	30 000	75 000	12 000
	Schmidt	Meubles de cuisine	1989	454	-	50 000	-	-
	Shiva	Ménage, repassage	2002	230	250 000	25 000	100 - 120 000	25 000
	Signarama	Signalétique	2012	NC	ND	À p.de 30 000	80 000	36 000
	SoCoo'c	Cuisines	2007	157	2 M	60 000	350 000	15 000
	Speed Burger	Restauration	2004	40	550 000	40 - 60 000	180 000	12 000
	Speedy	Réparation auto	1991	231	ND	70 - 130 000	ND	20 000
	Spok	Restauration	2005	43	380 000	50 000	180 000	33 000
	Steak n Shake	Restauration	2014	32	2 M	300 000	1 M - 2M	50 000
	Stores de France	Vente de stores	2009	ND	150 - 450 000	20 000	45 000	20 000
	Studiosanté	Coordination de soins	2007	50	ND	15 - 30 000	ND	30 000
	Sushi Shop	Restauration	2006	36	1,2 à 1,8 M	150 000	ND	40 000
T	Tablapizza	Restauration	1996	13	ND	ND	550 000	40 000
	Temporis	Travail temporaire	2000	160	2 M	60 000	140 000	36 000
	Texto	Chausseur	2015	55	ND	55 000	150 - 180 000	10 000
	Tom & Co	Animalerie	1991	28	1 M	100 000	450 000	25 000
	Toma Interim	Travail temporaire	2103	21	2,2 M - 2,6 M	40 000	130 - 170 000	20 000
	Top Office	Fournitures de bureau	2008	NC	1,2 M	120 000	400/m²	25 000
	Tout & bon	Restauration rapide	2014	22	ND	30 - 60 000	120 000	25 000
	Tryba	Portes et fenêtres	1984	300	1,3 M	À p. de 40 000	80 000	-
U	Ucar	Location auto	2000	101	ND	100 000	100 000	16 000
	Ulysse transport	Transport pour PAM	1999	90	ND	25 000	ND	30 000
V	Vie & Véranda	Concession	1992	30	800 000 - 1 M	25 000	80 - 120 000	10 000
	Villas Club	Construction	2013	30	2 M	60 000	150 000	20 000
	Villaverde	Jardinerie	1986	105	ND	20 % de l'inv.	ND	8 000
	Virtuel Center	Centres de réalité virtuelle	2018	5	350 000	80 000	200 000	14 500
	Vival	Épicerie	1999	1700	350 000	20 000	20 000	-
W	Waffle Factory	Gaufres	2003	25	400 000	80 000	180 000	18 000
	Weldom	Bricolage	1993	210	1,5 à 4 M	200 000	800 000 - 1,2 M	6 100
	WSI	Conseil aux entreprises	1997	25	ND	ND	60 000	À p.de 39 700
Y	Yellow Korner	Galerie photo	2006	110	ND	80 000	150 000	15 000
	Yves Rocher	Cosmétiques	1970	649	350 000	60 000	100 - 130 000	-
	Yves Thuriès	Chocolaterie	2000	60	180 000	45 - 90 000	ND	19 500

Tous droits réservés à l'éditeur

Radio

■ EUROPE 1 (08/02/20 à 12:19 | 00:03:42) : « La table des bons vivants » *Laurent Mariotte*
Chronique - Patrice Leconte, réalisateur et scénariste, est invité dans l'émission. Itw de celui-ci."Le vin soit chez Nicolas ou chez le caviste du coin, c'est quand même irremplaçable.

Consulter sur LuQi

Télévision

■ (06/02/20 à 09:09 | 00:03:18) : « IDF1 chez vous » *Olivier Quéméner*
"Exposition "Sempé : Itinéraire d'un dessinateur d'humour"". Itw de Marc Lecarpentier, co-commissaire de l'exposition. Le dessinateur Jean-Jacques Sempé passe devant des publicités pour les vins Nicolas quand il décide d...

"Exposition "Sempé : Itinéraire d'un dessinateur d'humour"". Itw de Marc Lecarpentier, co-commissaire de l'exposition. Le dessinateur Jean-Jacques Sempé passe devant des publicités pour les vins Nicolas quand il décide de prénommer le personnage de son dessin.



Radio

■ RMC (25/02/20 à 14:24 | 00:04:12) : « Lellouche à l'affiche »
Philippe Lellouche
Hervé, auditeur, intervient en ligne pour parler des trucs qui l'énervent chez les autres. Itw de celui-ci. Il est caviste chez Nicolas.

Radio

■ SUD RADIO (01/02/20 à 12:30 | 00:27:23) : « IN VINO » *Alain Marty*
L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

Radio

■ SUD RADIO (02/02/20 à 12:30 | 00:26:59) : « IN VINO » *Alain Marty*
L'émission est en public et délocalisée chez les cavistes Nicolas.

Radio

■ SUD RADIO (08/02/20 à 12:30 | 00:27:47) : « IN VINO » *Alain Marty*
L'émission est en public et délocalisée chez les cavistes Nicolas.

Radio

■ SUD RADIO (15/02/20 à 12:30 | 00:00:24) : « IN VINO » *Alain Marty*
L'émission est en public et délocalisée chez le caviste Nicolas, au 31 Place de la Madeleine à Paris.

■ SUD RADIO (16/02/20 à 12:31 | 00:01:15) : « IN VINO » *Alain Marty*
L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

Radio

■ SUD RADIO (23/02/20 à 12:30 | 00:27:13) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

■ SUD RADIO (16/02/20 à 12:45 | 00:12:21) : « IN VINO » *Alain Marty*
Le Vino quiz - L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

MARS 2020



Omnicom Public Relations Group



PRODUITS

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Développement durable

LE RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT ET LE DÉVELOPPEMENT DURABLE FIGURENT PARMI LES PRIORITÉS DU SECTEUR BRASSICOLE. DES MATIÈRES PREMIÈRES À L'EMBALLAGE, LES GRANDS GROUPES ET LES BRASSERIES ARTISANALES S'IMPLIQUENT DANS TOUTE UNE SÉRIE D'ACTIONS ÉCOLOGIQUES ET SOCIÉTALES : IL S'AGIT DE PRÉSERVER L'ÉQUILIBRE DE LA PLANÈTE.



L'ENGAGEMENT ÉCOLOGIQUE

TEXTE - LAURENCE MAROT

UNE PRISE DE CONSCIENCE ÉCOLOGIQUE

L'écosystème de la planète est en danger et les brasseurs, artisans proches de la terre et du terroir, l'ont bien compris. C'est pourquoi l'Association des Brasseurs de France dévoilait en 2019 un important projet écologique : le pacte de responsabilité pour le développement durable et l'économie circulaire.

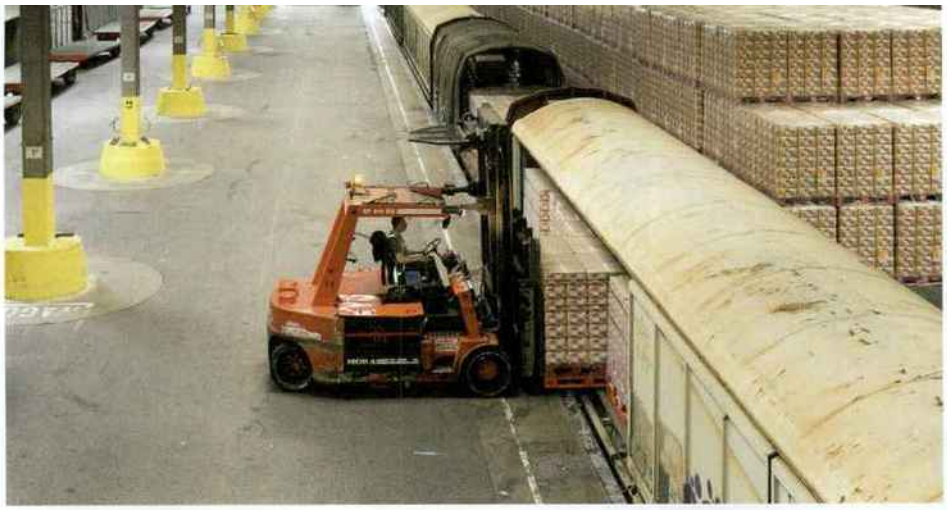
Cette étude exhaustive révélait tout l'engagement des brasseurs de France d'aujourd'hui « *Nous avons interrogé tous nos adhérents pour savoir ce qui est réalisé au niveau écologique et comment s'engager encore plus loin*, explique Maxime Costilhes, délégué général de l'organisme. *Nous sommes partis sur 3 thématiques : la proximité pour tout ce qui concerne ingrédients locaux et bio ; la préservation des ressources pour la réduction de consommation d'eau, de l'optimisation du processus de fabrication, et des transports ; et enfin la circularité pour recycler les bouteilles, défendre le réemploi et atteindre le zéro déchet. Depuis 8 mois, on avance avec la commission de développement durable. On a identifié les problématiques et maintenant il faut déterminer comment agir. Nous avons la chance d'avoir un paysage français de jeunes établissements qui ont la facilité de s'adapter et pensent écoconception.* »

LES GRANDS GROUPES MONTRENT L'EXEMPLE

Depuis des années, l'engagement écologique et sociétal figure parmi les chevaux de bataille des grands groupes brassicoles disposant d'outils de production sur le territoire français. Le premier, Kronenbourg, a mis en place différentes stratégies environnementales dans sa brasserie basée à Obernai. Écoutons Agnès d'Anthonay, directrice des affaires publiques et du développement durable : « *Sur cette thématique, Kronenbourg a toujours été en avance. Engagés depuis plus de 50 ans dans une démarche de responsabilité sociale et environnementale, nous avons installé une voie de chemin de fer dans la brasserie dès son ouverture en 1969. Désormais, 80% des livraisons de nos bières partent par train avec une empreinte carbone divisée par 11 par rapport aux camions.*

Pour les eaux usées, nous disposons d'une station d'épuration de la taille de la ville de Strasbourg. 50 ans plus tard, nous travaillons toujours dans la même direction autour de 2 programmes. Le premier est lié à l'impact à l'échelle mondiale

Tous droits réservés à l'éditeur



avec plusieurs actions : un objectif de réduction des émissions carbones de 30% d'ici 2030, une suppression de l'empreinte carbone de la brasserie à Obernai, et un engagement vers 100% de taux de recyclage. La question de l'emballage est la partie la plus complexe et nous collaborons avec nos fournisseurs pour faire avancer la technologie ainsi que l'écoconception. Notre travail passe par la réduction du poids des bouteilles et une réflexion sur l'emballage de demain, dont un nouveau conditionnement en fibre de bois.

Le deuxième programme repose sur l'impact positif de notre activité avec un approvisionnement local. À titre d'exemple, nos malts viennent à 97% de la région du Grand Est avec le développement de la filière houblonnière en Alsace et le recours à l'agroécologie ainsi que des actions de réhabilitation de bars dans les zones délaissées. »

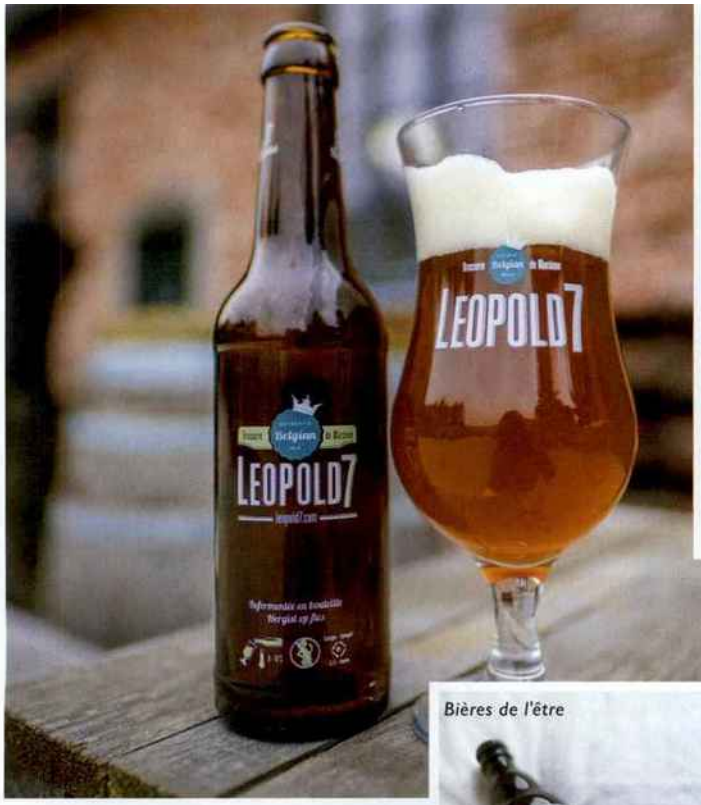
Même combat chez Heineken avec ses 3 brasseries en France (Mons-en-Barœul, Schiltigheim et Marseille). Depuis 2008, le groupe a réduit de 28% la quantité d'eau utilisée pour produire un volume identique de bière (il fallait 7 litres d'eau en 2008 pour 3,6 litres aujourd'hui).
Dans sa brasserie de Mons-en-Barœul, récompensée par le 2e prix aux Trophées de l'économie responsable en 2015, Heineken a mis au point un programme de haute envergure : il s'agit de réduire l'empreinte grâce à la réinjection de biogaz de produits (bières non commercialisées) en chaufferie, au retraitement des eaux usées avec un objectif de baisse de consommation d'eau de 30% en 2020, et au recyclage des drêches à 99,9%.

UN INVESTISSEMENT ÉCOLOGIQUE DES BRASSEURS ARTISANAUX FRANÇAIS SUR TOUS LES PLANS

Parmi les brasseries artisanales en activité, bon nombre se mettent au vert, armées d'un bataillon d'actions selon leur envergure financière et leur localisation – citadine ou rurale.
Premier défi : l'approvisionnement de la matière première locale. Un point relativement remédiable puisque la France est le premier producteur d'orge brassicole de l'Union européenne. Parmi certains de ces producteurs, on compte quelques brasseurs associés à une activité agricole comme la brasserie-ferme Rabourdin créée en 2001 à la campagne en Seine-et-Marne, dont l'exploitation familiale existe depuis 1976. *« Nous brassons l'orge cultivée dans notre ferme autour de la brasserie, ce qui permet de limiter les flux routiers de matières premières »*, explique Sébastien Candellier, son responsable d'exploitation. Une vraie tendance !

Pour les brasseries urbaines sans culture à proximité, celles-ci s'attellent à rechercher des ingrédients en circuit court. Pour la brasserie de l'Être, l'une des premières à Paris, ses fondateurs

Tous droits réservés à l'éditeur





Bières de l'être



Edward Jalat-Dehen et Loïc Lecoin ont rapidement misé sur l'utilisation d'orge et de céréales locaux et bio. Ils ont ainsi obtenu le label « Nature et Progrès » puis la certification AB, deux gages de qualité, *« Notre mission est de brasser les meilleurs produits possibles. »*, précise Edward Jalat-Dehen. Depuis 2018, la brasserie poursuit sa mission écologique en accueillant dans son local une boulangerie et une entreprise de gâteaux apéritif, Brewsticks, toutes les deux recyclant sur place les drêches maison pour leur activité respective.

Autre plan d'attaque pour les brasseries citadines : la réduction de l'empreinte carbone au niveau du transport des bières. BapBap, célèbre brasserie du 11e arrondissement à Paris, a pris le taureau par les cornes dans ce domaine et ce dès son ouverture : ses bières sont distribuées et livrées uniquement intra-muros par l'intermédiaire de 2 véhicules 100% électriques rechargés à la brasserie aux heures creuses.

Ingrédients, circuit court, recyclage, énergie renouvelable, exploitation des eaux usées : au fur et à mesure, les brasseries artisanales françaises poussent les curseurs écologiques sur tous les points. Le 3 février dernier, la brasserie Deck & Donohue, certifiée bio depuis 2019 et basée en Île-de-France, dévoilait sur son site un état des lieux sur son engagement complet des matières première au fût : *« Nous sommes convaincus que toutes les entreprises doivent s'engager, quels que soient leur taille et leurs moyens. Affirmer qu'on est "artisanal" et "local" ne suffit pas »*, introduit la brasserie.

Dans le nord de la France, la brasserie biologique et artisanale Moulin d'Ascq a toujours travaillé autour du pilier environnemental depuis sa création en 1999 et diversifie ses démarches, visibles par l'intermédiaire de vidéos : partenariat avec Enercoop, fournisseur d'énergie renouvelable et coopérative ; valorisation des drêches par un agriculteur biologique ; soutien de la jeune houblonnière nordiste d'Édouard Roussez ; et nouvelle mise en place de consigne des bouteilles en verre.

DE NOUVELLES BRASSERIES AXÉES SUR L'ENVIRONNEMENT

Face à l'urgence climatique, la plupart des nouveaux brasseurs ont ajouté une section dédiée aux investissements, « Bon pour la planète », dans le business-plan de leur futur établissement. *« On sent que les jeunes qui s'installent aujourd'hui en France affichent une vraie conscience écologique, »* confirme Maxime Costilhes.

Une philosophie parfaitement inscrite pour Anne-Sophie Bigot célèbre blogueuse de The Whisky Lady et copropriétaire du pub The Hopscotch à Toulouse, qui se lance dans la production de la bière aux côtés de son compagnon *« Aujourd'hui, réfléchir à son mode de fonctionnement en étant le plus "écoresponsable" possible n'est pas simplement une "tendance", nous croyons fermement que c'est une obligation »*, explique l'entrepreneuse. Baptisée Ice Breaker Brewing, la brasserie reflète cette nouvelle génération de producteurs aussi pointue pour la qualité de leur produit que leurs démarches écologiques : recyclage, colle végétale pour étiquette, récupération des eaux, consigne, énergie renouvelable, parc de fûts Inox au lieu de KeyKeg, et jusqu'à l'utilisation du moteur internet écologique Ecosia pour vaincre la pollution. Premières bières commercialisées début avril.

UNE IMPLICATION IDENTIQUE DANS LES BRASSERIES DES PAYS VOISINS

Question respect de la planète, nos voisins de l'Union européenne figurent également parmi les bons élèves. La brasserie belge Léopold 7, née en 2013 et basée entre Namur et Liège, en est le parfait exemple. Récompensé du prix CRS Professional, de l'année 2019 honorant les meilleurs entrepreneurs et leur projet durable, Nicolas Declercq, son cofondateur, a toujours revendiqué son engagement environnemental dans toutes les étapes de production. Pendant plusieurs années, Léopold 7 n'a produit qu'une seule bière, blonde ambrée à partir d'ingrédients locaux issus de l'agriculture raisonnée et conditionnée dans une bouteille sérigraphiée et consignée, évitant le détergent au lavage.

Pour économiser l'énergie et avec l'aide d'une coopérative, la brasserie a investi dans des panneaux photovoltaïques installés sur le toit. Dès 2015, la brasserie a attaqué le marché export en pensant écologie, notamment sur des destinations lointaines de plus de 300 km, dont la Californie et l'Afrique du Sud. *« On exporte pendant 2 ans et dès qu'on atteint un volume de vente de 1 500 hectolitres, on brasse sur place. »* Et pour la France à quelques kilomètres ? La collection de bières Léopold 7 sera disponible dès mars sur les réseaux Carrefour et Nicolas, version bouteille et canette lancée en 2019.

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 04/03/2020
Heure : 13:00:50
Journaliste : Ch. Hamieau

maltsethoublons.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Nicolas lance une nouvelle bière en exclusivité pour la Saint-Patrick



Le caviste Nicolas n'en fini plus de mettre la bière à l'honneur. Pour la Saint Patrick le réseau a choisi de célébrer cette journée dédiée à la bière en proposant une nouvelle référence en exclusivité.

Il s'agit de la Dry Hopped de la brasserie Léopold 7, une brasserie… belge. Pour la fête du Saint Patron irlandais on peut être surpris de l'origine du brassin, mais bon, la bière est internationale et conviviale !

Il s'agit d'une jeune brasserie, fondée en 2012, installée dans l'imposante ferme-château de Marsinne située dans le village de Couthuin, en Belgique donc.

Pour en revenir à la bière en elle même, la Dry Hopped est une India Pale Ale titrant 6,2°, en houblonnage à cru comme son nom l'indique.

Le chiffre 7 signifie que la bière est composée de 7 ingrédients particuliers : trois sortes de grains (deux malts et du froment), de trois sortes de houblons (deux aromatiques et un amer) dont le Simcoe et le Chinook, et de la Leopold touch, pour un joli bouquet aromatique.

La brasserie donne les notes de dégustation suivantes: la bière présente une couleur jaune doré et dévoile des arômes de houblon frais, sur des notes de fruits exotiques et de mangue.
En bouche, l'attaque est fraîche et se développe sur les agrumes.
La dégustation se termine sur une belle amertume fruitée en finale.

Tous droits réservés à l'éditeur

maltsethoublons.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

La Dry Hopped Léopold 7 sera disponible dans les caves Nicolas en canette de 33 cl au prix de vente conseillé de 2,80 euros.

Tous droits réservés à l'éditeur

biere-delos.fr
Le blog sur la bière par Gilbert DELOS

Nicolas: a beer for the Patrick 's Day

08/03/2020

Nicolas : une bière pour la St Patrick

Auteur: Webmaster BiereDelos | 8 mars 2020 | 0 Commentaires

Nouveauté

A l'occasion de la St Patrick, le 15 mars prochain, le réseau de cavistes Nicolas propose une bière artisanale, mais, un peu curieusement, il ne s'agit pas d'un stout ou d'une red ale… mais d'une IPA élaborée par une brasserie belge ! Comme quoi l'univers craft n'a décidément pas de frontières…



C'est la brasserie Léopold 7, du château de Marsinne en Wallonie, qui est à l'origine de cette bière. Titrant 6,2 % d'alc.vol., cette blonde dorée à la fine mousse bien persistante développe au nez un joli bouquet de notes florales (rose) et fruitées (mirabelle). Fraîche et florale à l'attaque, elle révèle en bouche des notes houblonnées, plus aromatiques que franchement amères. Fine et désaltérante, cette bière houblonnée à cru au simcoe et au chinook ne mérite pas vraiment le nom d'IPA, mais elle est très agréable à savourer. Elle est vente (2,80 € la boîte de 33 cl) dans le réseau Nicolas qui compte aujourd'hui 558 caves en France et à l'étranger.

Créée en 2012 par deux ingénieurs férus d'écologie et de respect de l'environnement, la brasserie Léopold 7 porte le prénom d'un ancien brasseur du village, et des sept ingrédients qui entrent dans la composition de sa bière de base : deux malts d'orge, du froment, deux houblons aromatiques et un amer. Le dernier – tenu secret par les brasseurs – apporte un supplément aromatique bien original. Encore trop peu connue en France, la Léopold 7 se décline aujourd'hui en plusieurs versions et, pour le conditionnement, la brasserie a développé sa propre boîte en aluminium totalement recyclable.

Cuisine et Vins de France

Pays : FR
Périodicité : Bimestriel
OJD : 119895





Date : Mars - avril 2020
Page de l'article : p.82-85

UNE SEMAINE EN CUISINE

PAS FACILE DE TROUVER CHAQUE JOUR DES IDÉES POUR CUISINER. VOICI DES RECETTES FACILES ET ORIGINALES POUR DES REPAS SAVOUREUX POUR ENTRER AVEC GOURMANDISE DANS LE PRINTEMPS.

NOTRE BON ACCORD
IGP pays d'Oc, Aromatic Sauvignon, Bruno Andreu.
CÉPAGE : sauvignon
Un vin de cépage à la robe jaune pâle tirant sur le vert. Un nez d'agrumes et de fruits blancs, une bouche aux arômes de fruits exotiques. Vif et frais, il se marie avec bonheur avec les kiwis, les agrumes et le saumon. 8 € cavistes.

Salade de kiwi et saumon mariné

POUR 4 PERS. | PRÉPARATION : PAS DE CUISSON | FACILE | ABORDABLE

• 2 kiwis • 400 g de filet de saumon sans peau • 100 g de pousses de salade • 1 orange • 2 c. à soupe de miel • 2 c. à soupe de vinaigre de cidre • 2 c. à soupe d'huile d'olive • 4 c. à soupe de gros sel • Sel • Poivre

1. Versez la moitié du gros sel dans une assiette creuse. Rincez le poisson, séchez-le et posez-le sur le gros sel. Recouvrez-le avec le reste du gros sel. Filmez-le et placez-le au réfrigérateur pour 30 min.
2. Pelez les kiwis, coupez-les en 2, puis recoupez-les en fines tranches.
3. Prélevez les zestes et le jus de l'orange. Mélangez-les dans un bol avec le cidre, l'huile, le miel et assaisonnez.
4. Rincez et séchez le saumon. Coupez-le en fines lamelles. Répartissez la salade dans un plat, ajoutez le saumon et les kiwis et arrosez de vinaigrette.

Interfel.

Tous droits réservés à l'éditeur

Cuisine et Vins de France

Pays : FR
Périodicité : Bimestriel
OJD : 119895

Date : Mars - avril 2020
Page de l'article : p.82-85



NOTRE BON ACCORD
Bellet, château de Crémat blanc 2014.
CÉPAGE : rolle, chardonnay.
Un vin blanc rare très expressif issu d'un des plus vieux vignobles de France près de Nice et élevé en bio. Ici la robe est jaune paille un peu grasse, un nez et une bouche tout en fruits avec un côté coing et miel qui casse le côté terreux des carottes. 26 €, cavistes.

Carottes de la baie du Mont-Saint-Michel. Pierre Chivoret/ Alexia Janny

Tatin de carottes

POUR 4 PERS | PRÉPARATION 20 MIN | CUISSON 15 MIN | FACILE | BON MARCHÉ

• 500 g de carottes • 2 rouleaux de pâte feuilletée • 2 c. à soupe de miel de thym • 3 brins de thym frais • 60 g de beurre • Sel • Poivre

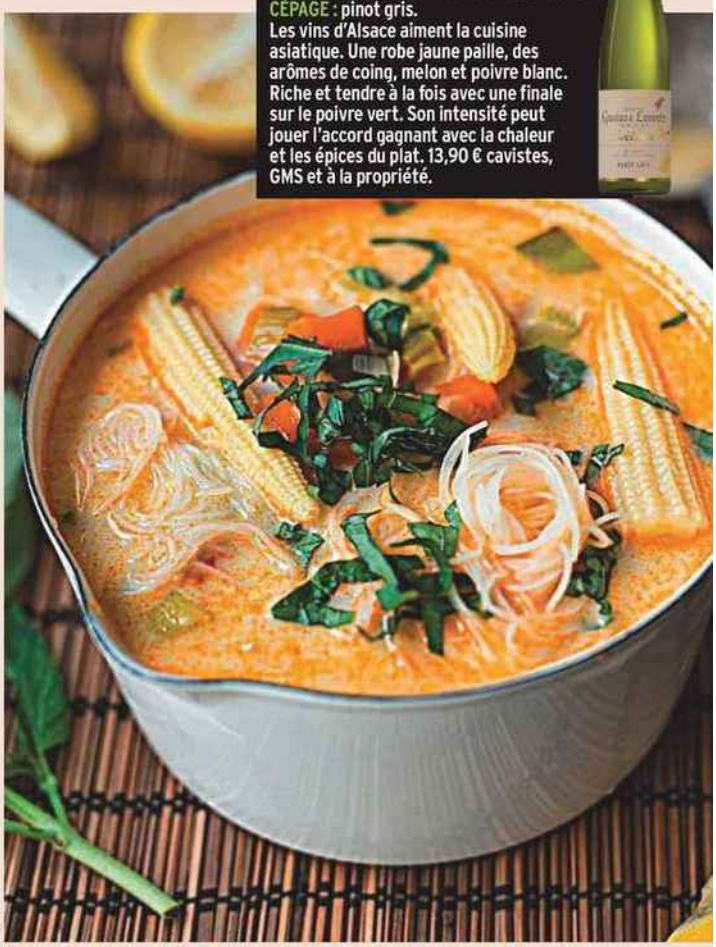
1. Lavez et pelez les carottes. Coupez-les très finement à la mandoline ou à l'aide d'un couteau bien aiguisé. Faites-les cuire 15 min dans une grande casserole d'eau salée. Égouttez-les.

2. Faites mousser 50 g de beurre dans une sauteuse et ajoutez les carottes. Attendez 5 min et versez le miel. Ajoutez les brins de thym effeuillés. Salez et poivrez. Laissez cuire jusqu'à ce que les carottes caramélisent légèrement. Laissez refroidir.

3. À l'aide d'un emporte-pièce, découpez 4 disques de 10-12 cm dans la pâte feuilletée. Beurrez le fond de 4 moules à tartelettes de la taille des disques et répartissez les carottes. Recouvrez chaque moule avec la pâte.

4. Faites cuire les tartelettes dans le four préchauffé à 180 °C pendant 15 min. Démoulez et servez les tatins accompagnées d'un peu de crème fraîche et d'une pincée de cumin.

NOTRE BON ACCORD
Pinot gris, Évidence 2017 Gustave Lorentz.
CÉPAGE : pinot gris.
Les vins d'Alsace aiment la cuisine asiatique. Une robe jaune paille, des arômes de coing, melon et poivre blanc. Riche et tendre à la fois avec une finale sur le poivre vert. Son intensité peut jouer l'accord gagnant avec la chaleur et les épices du plat. 13,90 € cavistes, GMS et à la propriété.



Quitoque

Soupe malaisienne aux crevettes

POUR 4 PERS. | PRÉPARATION 30 MIN | CUISSON 15 MIN | ASSEZ FACILE | BON MARCHÉ

• 300 g de mini-épis de maïs • 1 carotte • 1 cébette • 2 gousses d'ail • 2 tiges de citronnelle • 2 brins de basilic • 1 noix de gingembre frais • 1 noisette de curcuma frais • 1 petit piment • 1 citron • 1 l de lait de coco • 200 g de vermicelles de riz • 1 c. à soupe de pâte de crevettes • 3 c. à soupe de crevettes séchées • 3 c. à soupe d'huile neutre • Sel • Sucre

1. Pelez les gousses d'ail, le gingembre, le curcuma. Ôtez l'écorce de la citronnelle. Placez ses ingrédients avec la cébette, le piment, la pâte de crevettes dans le bol d'un mixer et faites tourner pour obtenir une texture crémeuse. Réhydratez les crevettes séchées dans un peu d'eau. Égouttez-les et mixez-le.

2. Pelez et coupez la carotte en rondelles, rincez les mini épis de maïs.

3. Faites chauffer l'huile dans une grande sauteuse et ajoutez la pâte d'épices. Laissez cuire 5 min et versez le lait de coco. Laissez-le chauffer et ajoutez les carottes, les crevettes séchées un peu de sel et un peu de sucre. Laissez cuire encore 8 min. Ajoutez les épis 1 min avant la fin de la cuisson.

4. Faites cuire les vermicelles 30 secondes dans 1 casserole d'eau bouillante et égouttez-les. Ciselez le basilic.

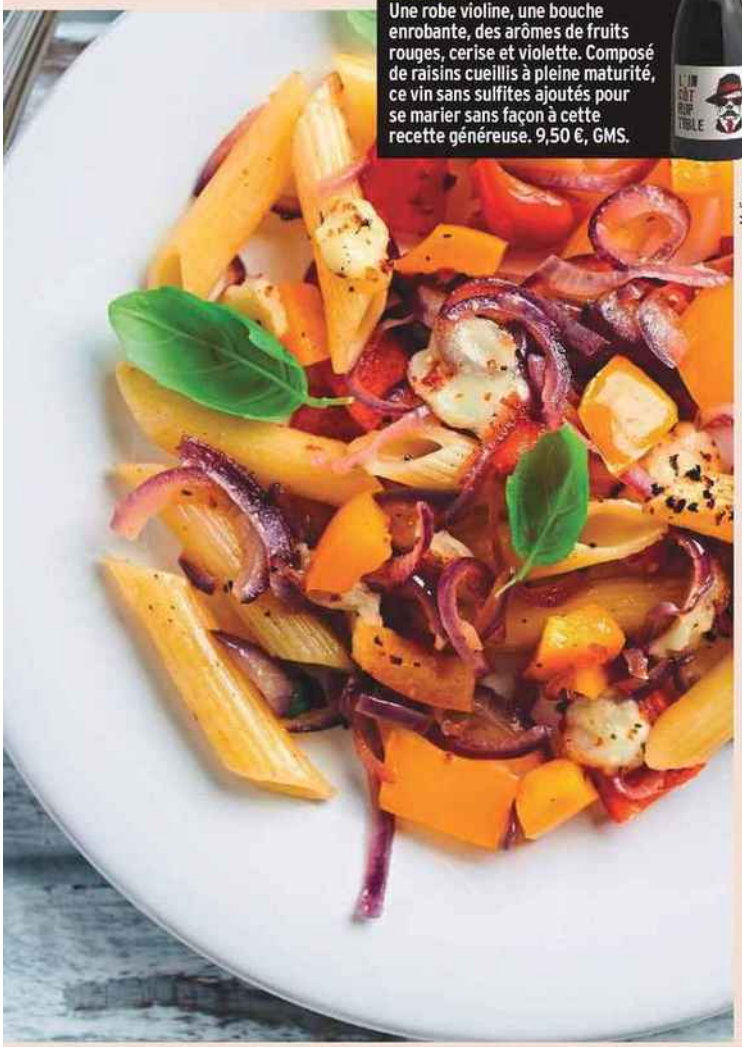
5. Répartissez les vermicelles dans quatre bols, versez la soupe par-dessus et ajoutez le basilic. Pressez un peu de jus de citron dans la soupe juste avant de la déguster.

Tous droits réservés à l'éditeur

Cuisine et Vins de France

Pays : FR
Périodicité : Bimestriel
OJD : 119895

Date : Mars - avril 2020
Page de l'article : p.82-85



Molisana

NOTRE BON ACCORD
Touraine , L'inCôtRuptible.
CÉPAGE : côt.
Une robe violine, une bouche enrobante, des arômes de fruits rouges, cerise et violette. Composé de raisins cueillis à pleine maturité, ce vin sans sulfites ajoutés pour se marier sans façon à cette recette généreuse. 9,50 €, GMS.



Pennes rigate au four

POUR 4 PERS. I PRÉPARATION 15 MIN I CUISSON 15 MIN I FACILE I BON MARCHÉ

• 500 g de pennes • 1 poivron rouge • 1 poivron jaune • 1 oignon rouge • 2 brins de basilic • 200 g de mozzarella di bufala • 1 c. à café de piment sec • 3 c. à soupe d'huile d'olive • Sel • Poivre

1. Faites cuire les pâtes al dente selon le temps indiqué sur le paquet dans une grande casserole d'eau bouillante salée. Égouttez-les et versez l'huile par-dessus.
2. Préchauffez le four à 180 °C. Lavez les poivrons, égrenez-les et coupez-les en cubes. Pelez l'oignon et émincez-le en lamelles. Coupez ou déchirez avec les mains la mozzarella en morceaux.
3. Placez les pennes dans un plat allant au four, ajoutez les légumes, le fromage et le piment. Salez et poivrez. Mélangez. Couvrez avec une feuille de papier aluminium et enfournez pour 10 min de cuisson. Ôtez le papier et laissez légèrement gratiner 5 min.
4. Servez dans des assiettes un peu creuses. Parsemez de brins de basilic ciselés, donnez un dernier tour de moulin à poivre et dégustez bien chaud. Vous pouvez saupoudrer de parmesan râpé pour une version plus gourmande encore.



NOTRE BON ACCORD
Bordeaux, château La Rose Bourdieu 2016.
CÉPAGE : merlot, cabernet-sauvignon, cabernet franc.
Climat océanique et terroir calcaire apportent du caractère à ce vin. Une robe rouge profond, une bouche de fruits mûrs, des touches toastées et fumées pour mettre en valeur la douceur de l'agneau et de sa sauce. 6,50 €, GMS.

Agneau bio/ Jean-François Mallet

Souris d'agneau à la tomate

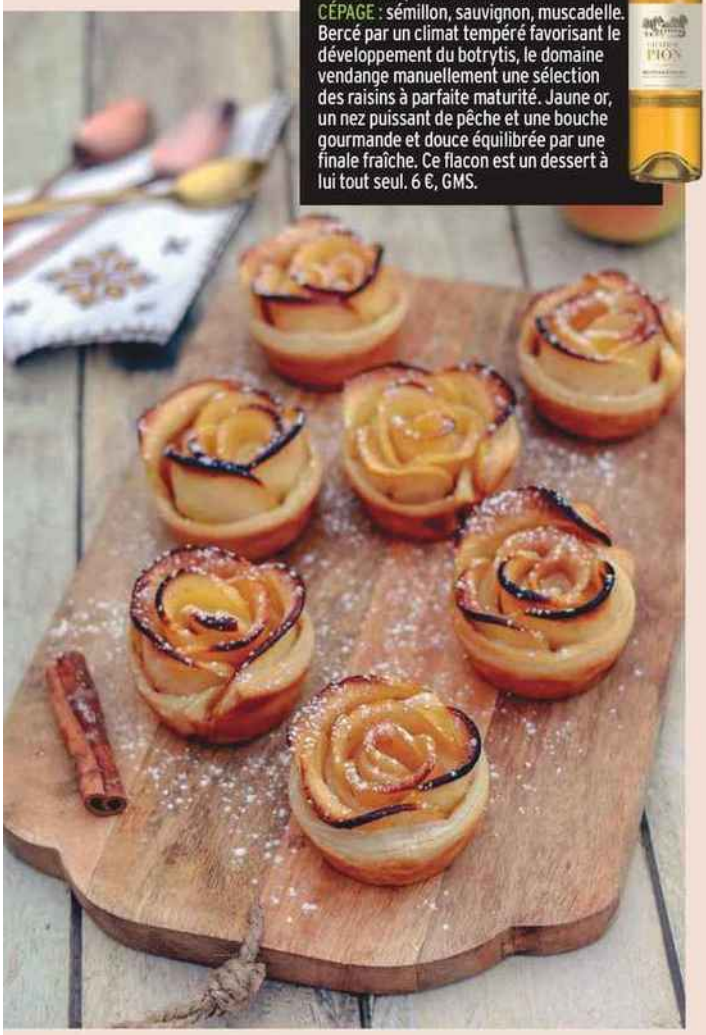
POUR 4 PERS. I PRÉPARATION 30 MIN I CUISSON 1H 30 MIN I FACILE I ABORDABLE

• 4 souris d'agneau • 2 aubergines • 3 oranges • 1 boîte de 50 cl de tomates pelées Mutti • 4 gousses d'ail • 4 brins de thym • 2 feuilles de laurier • 4 c. à soupe d'huile d'olive • Sel • Poivre

1. Écrasez les gousses d'ail avec leur peau et coupez les aubergines en gros cubes en conservant leur peau. Pelez les oranges préalablement lavées et émincez leurs zestes débarrassés des parties blanches, pressez leur jus.
2. Faites chauffer l'huile dans une cocotte et faites colorer les souris d'agneau quelques minutes à feu vif et sur toutes les faces.
3. Ajoutez ensuite les aubergines et l'ail, baissez le feu et laissez roussir quelques minutes avant d'ajouter les tomates, le jus et les zestes d'orange. Verser 2 verres d'eau, salez, poivrez et laissez mijoter 1 h 30 à feu doux en remuant de temps en temps.
4. Ajoutez le thym et le laurier en fin de cuisson. Servez les souris d'agneau accompagnées de pommes de terre vapeur.

Tous droits réservés à l'éditeur

Cuisine et Vins de France
Pays : FR
Périodicité : Bimestriel
OJD : 119895
Date : Mars - avril 2020
Page de l'article : p.82-85



NOTRE BON ACCORD
Monbazillac, château Pion 2018.
CÉPAGE : sémillon, sauvignon, muscadelle.
Bercé par un climat tempéré favorisant le développement du botrytis, le domaine vendange manuellement une sélection des raisins à parfaite maturité. Jaune or, un nez puissant de pêche et une bouche gourmande et douce équilibrée par une finale fraîche. Ce flacon est un dessert à lui tout seul. 6 €, GMS.

Rose feuilletée à la pomme et cannelle

POUR 6 PERS. | PRÉPARATION 30 MIN | CUISSON 30 MIN | UN PEU DÉLICAT | BON MARCHÉ

• 2 pommes • 30 g de sucre en poudre • 20 g de sucre glace • 30 g de beurre • 350 g de pâte feuilletée • 1 bâton de cannelle • 1 c. à café de cannelle en poudre

1. Faites chauffer l'eau avec le sucre en poudre et le bâton de cannelle et la cannelle en poudre. Laissez cuire à ébullition pendant 5 min.

2. À l'aide d'un vide pomme, ôtez le cœur des pommes puis coupez-les en rondelles d'1 mm d'épaisseur. Recoupez les rondelles en deux et placez-les dans le sirop à la cannelle. Laissez-les confire dedans 10 min, puis égouttez les sur une feuille de papier absorbant.

3. Préchauffez le four à 180 °C. Étalez la pâte feuilletée en rectangle. Découpez des bandes de pâte de 4 cm sur 24 cm. Faites fondre le beurre 10 secondes au micro-ondes. Badigeonnez chaque bande à l'aide d'1 pinceau avec le beurre fondu. Déposez des tranches de pommes sur la partie haute de la bande en les faisant légèrement dépasser et en les chevauchant. Rabattez-la partie inférieure de la pâte sur les pommes. Roulez la pâte sur elle-même pour obtenir une rose.

4. Déposez les roses au fur et à mesure dans les alvéoles d'un moule à muffin en silicone. Enfournez pour 30 min de cuisson. Attendez quelques minutes avant de démouler. Saupoudrez de sucre glace juste avant de déguster tiède.



Palais des thés/Frédéric Lucano

Brioche perdue au thé

POUR 6 PERS. | PRÉPARATION 15 MIN | CUISSON 2 MIN | FACILE | ABORDABLE

• 6 tranches épaisses de brioche • 2 œufs • 2 c. à soupe de sucre en poudre • 2 c. à soupe de sucre glace • 50 g de beurre • 25 cl de lait • 2 sachets de thé vert aromatisé aux fruits

1. Faites chauffer le lait à feu doux et laissez les sachets de thé infuser pendant 5 min, puis retirez-les.

2. Fouettez les œufs entiers avec le sucre et versez le lait refroidi sur le mélange. Trempez dedans les tranches de brioche sur leurs deux faces quelques secondes.

3. Faites fondre le beurre dans une grande poêle et faites dorer les tranches 1 min de chaque côté. Saupoudrez de sucre glace et servez tiède.

NOTRE BON ACCORD
Mâcon-villages, Domaine de la Croix Salain 2017.
CÉPAGE : chardonnay
Bientôt certifié agriculture biologique ce vin de la Cave de Lugny affiche une couleur jaune clair, un nez de fruits mûrs et une bouche souple et délicate, presque acidulée, parfaite avec le côté brioche dorée du dessert. 10 € à la cave, GMS, Nicolas et en ligne.

Tous droits réservés à l'éditeur



CORPORATE

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

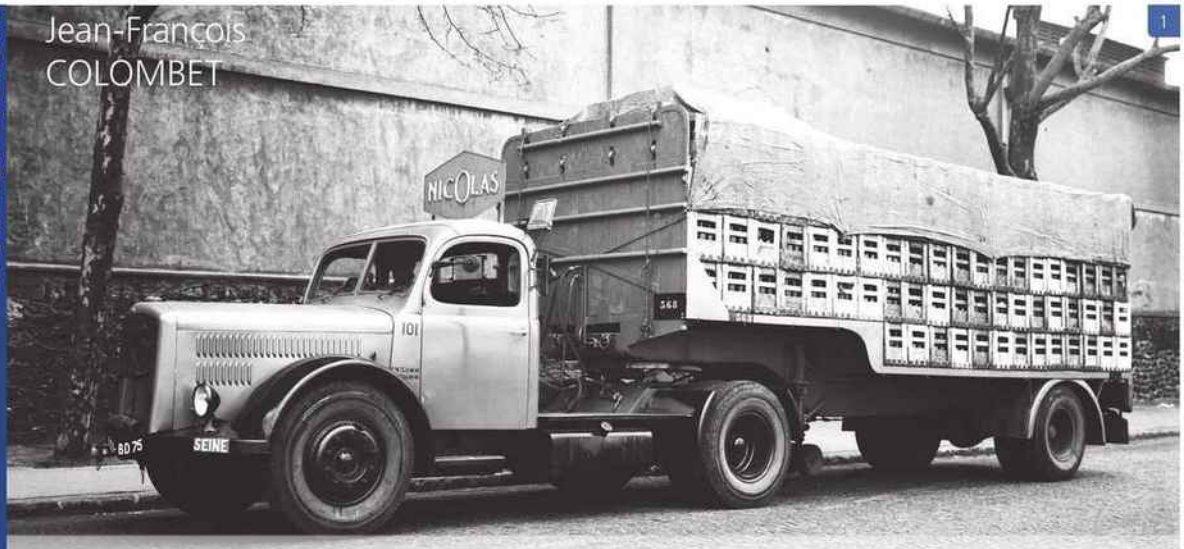
CHARGE UTILE MAGAZINE
Pays : FR
Périodicité : Mensuel



Date : Fevrier 2020
Page de l'article : p.32-39
Journaliste : Jean-François COLOMBET

UTILISATEUR

Jean-François COLOMBET



1

LES VINS NICOLAS

| Deuxième partie : de 1950 à nos jours

La Libération marque un renouveau dans l'activité de l'entreprise. Après plus de cinq années de restrictions, les Français peuvent enfin peu à peu recommencer à se procurer tout ce dont ils ont besoin. La consommation repart…

Et celle du vin avec elle, portée par le début des Trente Glorieuses, qui voient la reconstruction du pays, le lancement de grands travaux d'infrastructure, routes, ponts, barrages, etc., et le redémarrage de l'industrie lourde.

LE REDÉMARRAGE

Chez Nicolas, on parvient à surmonter les difficultés d'approvisionnement liées à la lenteur de la remise en état du réseau ferré, par lequel transite une grande partie du vin de table commercialisé par l'entreprise. L'embouteillage reprend son essor. Pour la distribution, Nicolas peut compter sur une bonne partie de son parc de véhicules d'avant-guerre. Ce dernier a peu souffert des réquisitions de l'armée française puis de l'Occupant en raison du caractère éminemment urbain de ses tracteurs Chenard & Walcker et Far, peu aptes à couvrir de longues distances et à répondre aux besoins militaires. En revanche, du fait du manque de pièces et de lubrifiants, les véhicules affichent pour la plupart un état d'usure avancé. La cavalerie Nicolas est ainsi remise en route puis complétée et renouvelée avec le best seller de Far à l'époque, le Cheval mécanique CM 62 à trois roues montées en simples et animé



2

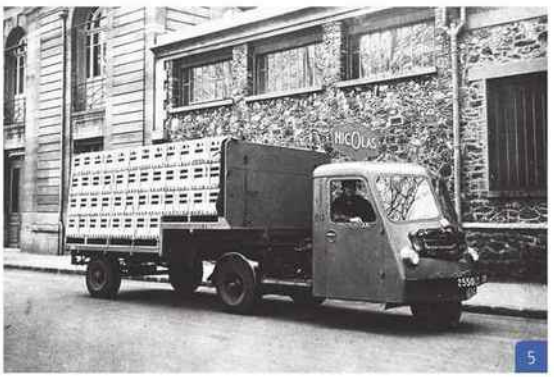


3

Tous droits réservés à l'éditeur



4



5



6

par le quatre cylindres à essence Citroën de la Traction avant. Au début des années cinquante, ce sont ainsi des dizaines d'exemplaires de ce modèle qui assurent l'approvisionnement des grossistes en zone urbaine et périrurbaine, associés à des semi-remorques Lagache & Glaszman à attelage automatique. Par la suite, le parc de l'entreprise va suivre l'évolution des modèles du constructeur de Gennevilliers.

DES CHEVAUX MÉCANIQUES DE TOUS LES MODÈLES

En 1955, Nicolas dépose auprès de l'Institut nationale de la propriété industrielle un brevet couvrant une bouteille de 100 cl, le fameux « litre étoilé » que nous avons tous connu. À partir de la même année, les tracteurs Far CM 62 sont progressivement remplacés par des CM 62 F. L'antique cabine très cubique apparue avec le modèle avant-guerre et inspirée des modèles britanniques Scammell cède la place à une toute une nouvelle cellule réalisée par le carrossier Pelpel à Noyal-sur-Vilaine (Ille-et-Vilaine). Nettement plus esthétique, cette dernière dispose de phares intégrés dans la face avant et son niveau de confort est indéniablement supérieur, notamment grâce à des vitrages plus généreux offrant une visibilité améliorée. La cabine Pelpel sera basculante sur certains modèles, autorisant ainsi un meilleur accès à la mécanique. En revanche, le moteur est toujours le quatre cylindres à essence Citroën. Certes, les véhicules de la flotte Nicolas roulent peu mais les redémarrages incessants

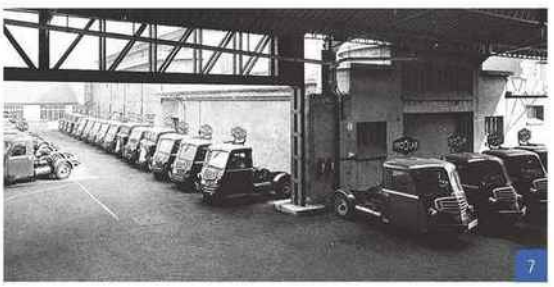
1 | Pour l'approvisionnement des dépôts de province ou des groupements de succursales, Nicolas dispose d'ensemble articulés de gros tonnages. Les premiers sont emmenés par des tracteurs Saurer 3 CT1DT à moteur six cylindres de 100 chevaux affichant un PTR de 17,5 tonnes.

2 | Les triporteurs Paul Vallée peuvent charger jusqu'à 400 kg mais ils sont difficiles à diriger, leur chargement pesant lourdement sur les roues avant directrices.

3 | Aux triporteurs Paul Vallée succèdent des Lambretta, nettement plus maniables du fait de leur architecture différente.

4 | Garés devant le magasin général, ce Citroën Type H et cette 2 CV fourgonnette AZU sont en cours de chargement. Ce sont MM. Michel et Latieule que l'on découvre ici sur ce cliché. Contrairement aux camions, tracteurs et semi-remorques peints en vert, les camionnettes et fourgonnettes de la flotte arborent une livrée gris clair.

5 | À la Libération, le parc de tracteurs Far est remis en route et renouvelé avec des CM 62 dotés de l'antique cabine cubique d'origine. À partir de 1953, Far livre ses tracteurs avec une nouvelle cabine plus confortable et plus esthétique réalisée par Pelpel. Celui-ci date de décembre 1953.


7

6 | Vers 1966, les tracteurs Far à cabine Pelpel sont alignés dans la cour des établissements de Charenton. Parmi ces véhicules figurent des CM 68 F et CM 68 F2 à moteur à essence Renault et des CM 67 F2, F3 et F4 à moteur diesel Perkins.

7 | Cette autre vue des tracteurs Far de la flotte Nicolas fait apparaître quelques vieux CM 62 qui se mêlent aux modèles à cabine Pelpel.

Tous droits réservés à l'éditeur



8

inhérents à la circulation parisienne sont à l'origine de consommations d'essence importantes. Pourtant, Nicolas reste fidèle aux motorisations à essence jusqu'au début des années soixante, mais peut-être seulement parce que Far ne propose pas de moteur diesel sur les tracteurs de ce tonnage. À partir du début de l'année 1957, le CM 62 F est remplacé par le CM 68 F qui s'en distingue par son moteur, le quatre cylindres à essence Renault de 2,2 litres de la camionnette 1400 kg, et par son poids total roulant porté de 10,100 tonnes à 12,870 tonnes. Le CM 68 F2 lui succède en 1960, avec un freinage assisté par dépression sur la semi-remorque. C'est à l'automne 1961 que les premiers tracteurs Far à moteur diesel font leur entrée dans la cavalerie des vins Nicolas. Ce sont des CM 67 F2 animés par un quatre cylindres Perkins P 4 de 3,15 litres. Le PTR est de 13 tonnes. À partir de décembre 1963, des CM 63 F3 leur succèdent, dotés comme le CM 68 F2 à essence d'un système de freinage par dépression sur la semi-remorque. Enfin, les CM 67 F4 livrés à partir de 1966 incarnent l'ultime génération de tracteurs Far à cabine Pelpel. Ils bénéficient d'un freinage pneumatique de la semi-remorque et d'une cabine Pelpel dont les phares sont désormais encastrés dans la face avant. Ensuite, à partir du début des années soixante-dix, les Chevaux mécaniques à trois roues sont remplacés par des tracteurs routiers légers Berliet TAK puis par de petits tracteurs issus de porteurs de petits tonnages transformés. Si la majorité des véhicules de la flotte Nicolas sont détenus en propre, certains sont cependant loués à des sociétés extérieures, telles les Messageries routières Paris-Lille, mais peints aux couleurs maison.

UNE FLOTTE TRÈS VARIÉE

En marge des attelages Far, les vins Nicolas utilisent de nombreux véhicules de petits tonnages pour les petites livraisons. La grande maison de Charenton dispose ainsi d'une flotte importante de triporteurs. Les premiers sont signés Paul Vallée, un constructeur de scooters d'Aubervilliers (Seine). Ce sont des triscooters S 154 présentant une charge utile de 400 kg tout de même. Rappelant les



9



10

Tous droits réservés à l'éditeur



11

modèles d'avant-guerre, ils sont dotés de deux roues avant directrices, au-dessus desquelles est fixé un plateau à ridelles qui reçoit les casiers de bouteilles. Le poste de conduite est sommairement protégé par un pare-brise en plexiglas. Mais cette formule présente un inconvénient notoire, celui de surcharger les roues avant. En conséquence, l'engin est assez éprouvant à conduire. C'est pourquoi Nicolas choisit de remplacer ses Paul Vallée par des triporteurs Lambretta. La marque italienne, qui dispose d'une usine à Troyes (Aube), livrera ses modèles F 300 (également adopté par les PTT en France) et Lambro. Ces derniers sont carrossés en plateau à ridelles d'origine, lequel est aménagé par Nicolas dans ses ateliers pour offrir deux niveaux de chargement pour transporter les casiers et cartons de bouteilles de façon plus commode. Des Vespa Piaggio, cette fois fabriqués en Italie, prennent ensuite le relais des Lambretta. En 2007, Nicolas met en service le Goupil, un petit véhicule électrique à poste de conduite avancé.

Pour les livraisons plus importantes, la cavalerie maison se compose essentiellement de Citroën, des fourgonnettes 2 CV AZU puis 3 CV AK puis AK 400 et des camionnettes Type H. Ces véhicules étant très sollicités, Nicolas fait le choix de modèles de grande série, faciles à entretenir et à réparer et remplacés de façon régulière. À l'aube des années quatre-vingt, c'est la Renault 4 fourgonnette qui prend le relais des Citroën AK fourgonnettes, tandis que les Citroën Type H sont remplacés par des Peugot J 5.

8 | Originale et bucolique, cette photo montre un Far CM 67 F3 de mai 1964 à moteur quatre cylindres diesel Perkins au milieu des vignes. Pour une fois, sa semi-remorque n'est pas chargée de casiers de bouteilles à livrer, elle emporte une citerne.

9 | M. Dubos, préposé au ravitaillement des véhicules, effectue en 1965 le plein d'un tracteur Far CM 67 F3 de mai 1964.

10 | Ce rare tracteur Far est un CM 70 à roues arrière jumelées équipé d'une cabine ferrée par la Carrosserie de Levallois et identique à celle des Citroën 23 RU. Très peu seront fabriqués. Celui-ci date de février 1953.

11 | Ce tracteur Far CM 75 F2 affiche un poids total roulant plus élevé que ses congénères à 16,6 tonnes. Équipé d'un quatre cylindres diesel Perkins et d'une cabine Pelpel basculante à phares encastrés, il est loué par Nicolas à la société des Messageries routières Paris-Lille.

12 | Cet autre tracteur du même type appartenant également aux MRPL vient de charger des fûts.



12


13



14

13 | Le parc des vins Nicolas compte quelques rares porteurs, à l'image de ces trois Saurer, a priori des 5 DT3D de 16 tonnes de PTC et 130 chevaux affectés aux grosses livraisons.

14 | Après les Saurer 3 CT1DT viennent des Bernard 110 MA 15 TA 4.36 de 110 chevaux et 26 tonnes de PTR tel celui-ci, mis en circulation en mars 1952.

Tous droits réservés à l'éditeur



15


16



17



18

DE GROS ENSEMBLES

À partir de la Libération, Nicolas élargit et renforce encore son réseau de concessionnaires au niveau français. Ils sont approvisionnés par des « entrepôts d'éclatement » propriétés de Nicolas ou bien de dépositaires régionaux fruits d'un groupement de succursales. Vu les volumes importants à distribuer, la grande maison de Charenton s'équipe de quelques camions (des Saurer 5 DT3D) mais surtout d'ensembles semi-remorques plus lourds que les Far. Les semi-remorques sont des modèles fourgon bâché avec col de cygne. Quant aux tracteurs, ce sont d'abord des Saurer 3 CT1DT à moteur six cylindres de 100 chevaux, puis des Bernard 110 MA 15 TA4.36 de 110 chevaux. Cette flotte de tracteurs qui grossit au fil des années est ensuite renouvelée avec quelques Berliet TLB 5 b mais surtout des Unic ZU 47 T et ZU 47 DT Saverne puis des Unic MZU 36 T Saverne, tous à cabine à capot. Parfois, Nicolas compose de véritables convois pour approvisionner tel ou tel concessionnaire de province. Cette procession ne passe pas inaperçue, ce qui génère une publicité gratuite pour la marque. Plus tard, ces ensembles semi-remorques de gros tonnages disparaissent, Nicolas ayant décidé là aussi de faire appel à la sous-traitance.

Pour donner une idée de l'activité du service livraison au milieu des années cinquante, le kilométrage parcouru annuellement par les véhicules est de 1 200 000 km, le carburant consommé de 300 000 litres et le tonnage transporté de 576 000 tonnes…

Les années soixante voient une petite révolution dans le domaine du stockage : l'arrivée des palettes en bois, un système né aux États-Unis, qui permettent un chargement et un déchargement beaucoup plus rapides (ces derniers s'effectuaient jusque là à la main) et offrent la possibilité de gerber les palettes l'une sur l'autre, réduisant ainsi la surface au sol nécessaire au stockage des casiers. Les palettes

15 | En 1961, un convoi de douze ensembles articulés est dépêché de Paris pour livrer le dépôt du concessionnaire local, les caves Saint Morand de Dornach, près de Mulhouse (Haut-Rhin), qui approvisionne le réseau des 67 nouveaux magasins Nicolas de la région. Les tracteurs sont des Unic ZU 47 DT Saverne et des MZU 36 T Saverne dotés de la nouvelle cabine, auxquels vient s'adjoindre un Berliet TLB 5. Le convoi est ici vu après Saint-Dié, alors qu'il s'apprête à franchir le col du Bonhomme.

16 | Les mêmes sont immortalisés après leur arrivée dans la cour du concessionnaire à Dornach.

17 | L'opération est médiatisée comme il se doit. Comme la gazette interne de l'entreprise le mentionne, « le convoi suscite la curiosité et la sympathie de dizaines de milliers de passants et de curieux ».

18 | En 1962, une tombola est organisée par Nicolas avec pour premier prix une Citroën ID 19, ici juchée sur le plateau d'une semi de la maison, tractée par un Unic MZU 36 T Saverne équipé de la nouvelle cabine à capot d'origine Fiat.

19 | Ce Volvo TN 88 aux couleurs de Nicolas qui vient charger des casiers de bouteilles pour approvisionner un dépôt de province ne fait pas partie de la flotte maison. Il appartient aux transports ETV d'Amiens (Somme). Visiblement, les routes de l'époque sont un peu plus salissantes que celles d'ajourd'hui…

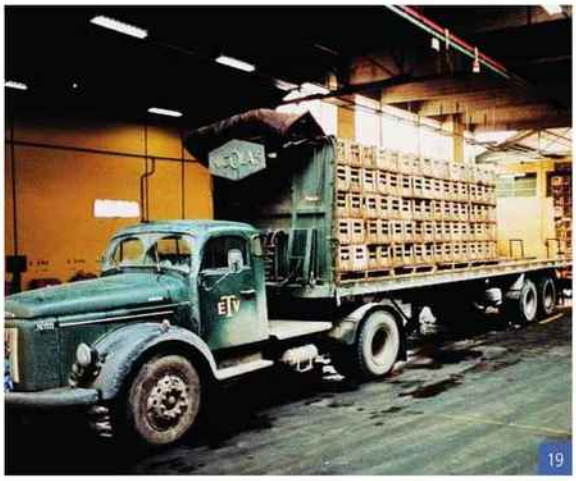
20 | L'arrivée des palettes révolutionne littéralement la logistique chez Nicolas, en permettant des chargements beaucoup plus rapides et des capacités de stockage nettement accrues à surface au sol égale. Ici, en 1965, c'est un vieux CM 62 que l'on termine de charger.

21 | L'atelier maison est organisé en sections spécialisées dans une catégorie de véhicules, ici celle dédiée aux camions et tracteurs. Les Far sont des CM 62 F et CM 68 F.

Tous droits réservés à l'éditeur

sont bientôt manutentionnées par une flotte de chariots élévateurs. Au début des années soixante-dix, l'apparition du verre perdu vient encore bouleverser l'organisation générale de l'économie du vin, de son transport et de son négoce. Jusque là, en effet, le vin arrivait en vrac, par citernes ou en tonneaux suivant la qualité, et l'embouteillage se faisait à destination, dans les grands centres de prodution. Le verre perdu, qui met fin aux bouteilles consignées, permet désormais l'embouteillage sur les sites mêmes de production. En conséquence, l'essentiel du vin produit va dorénavant être transporté en bouteilles palettisées.

À partir du début des années soixante-dix, la flotte Nicolas abandonne la livrée verte avec logo rouge à lettres blanches pour une nouvelle livrée bordeaux avec logo rectangulaire à lettres jaunes. Cette dernière est progressivement étendue à tous les véhicules ainsi qu'aux façades des magasins.


19

De leur côté, les concessionnaires indépendants effectuent leurs livraisons avec des véhicules très variés qu'ils choisissent eux-mêmes, mais qui arborent la livrée Nicolas, verte puis bordeaux. Si les Citroën Type H sont majoritaires, on trouvera de tout devant les magasins de la marque.


20

L'ATELIER

Une flotte de la taille de celle des vins Nicolas nécessite une organisation sans faille pour la gestion de l'entretien et des réparations des véhicules. Dès l'avant-guerre, l'entreprise choisit de se doter de son propre atelier, lequel va peu à peu croître pour ressembler à un véritable garage automobile. En 1962, ses installations s'étendent sur 350 m². L'effectif atteint 58 personnes. Toutes les spécialités sont représentées dans l'atelier : tôlerie, menuiserie, serrurerie, peinture, sellerie, électricité. L'atelier, réparti en quatre sections (camions et tracteurs, camionnettes 340 kg et 1500 kg, triporteurs et véhicules de tourisme), est complété par une section pneumatiques, une station-service et une aire de lavage. L'équipement comprend des ponts élévateurs, des postes de soudure autogène, des monorails munis de palans, etc. À la même époque, l'ensemble gère l'entretien de 107 tracteurs, 220 semi-remorques, trois camions, 286 camionnettes, 247 triporteurs à moteur, 20 automobiles de tourisme et 50 chariots élévateurs…



21

Tous droits réservés à l'éditeur



22


23



24

LES LIVRAISONS AUJOURD'HUI

Nicolas conserve son importante flotte de véhicules jusqu'au début des années quatre-vingt-dix. Cependant, comme de nombreuses autres entreprises dont ce n'est pas le métier, la maison choisit de sous-traiter ses transports et ses livraisons. En 1991, c'est la société SRBV de Thiais, installée à proximité de la nouvelle implantation de Nicolas dans la zone industrielle de la Senia, qui se voit confier les livraisons, lesquelles sont assurées avec des camionnettes Peugeot J 5 D. De son côté, la société Nagro assurera l'approvisionnement des entrepôts. Les entreprises de transports TTM et La Flèche bleue puis STL lui succèdent. Aujourd'hui, une partie des véhicules les plus récents dédiés aux livraisons pour Nicolas fonctionnent au gaz naturel de façon à diminuer leur impact sur l'environnement. En 2014, Nicolas passe un accord avec la société de distribution à domicile Star's service pour mettre en place le système de livraison « *3 h - 3 euros* ». Pour trois euros supplémentaire, le client peut faire livrer ses achats à son domicile. Ce service est assuré par une flotte de fourgonnettes Renault...

Ainsi, la livraison directe au client n'a jamais cessé chaque fois qu'elle est possible. La qualité de service et la proximité du client restent une préoccupation majeure chez Nicolas, qui ne cesse d'innover. À partir de 1988, les cavistes concessionnaires de la marque proposent ainsi un service de vins gardés au frais, sans supplément pour le client. Cette année-là, Nicolas intègre le groupe Castel, une maison familiale à l'identité forte. Les deux maisons partagent des valeurs communes, chacune d'elles, dans leur domaine, assurant qualité et rigueur pour la satisfaction des amateurs de vin. En 1998, Nicolas crée des bars à vins place de la Madeleine à Paris ainsi qu'à l'emplacement des anciens entrepôts de Bercy où l'amateur peut apprécier des plats accompagnés de vins judicieusement choisis. En 2000, la maison est le pionnier de la vente de vin en ligne avec l'ouverture de son site internet marchand, lequel est distingué sept ans plus tard comme le meilleur du genre. En 2008, les vins bio font leur entrée dans les magasins. À partir de 2012, le client peut acheter des glaçons en magasin. L'année suivante, Nicolas met en place la collecte des bouchons de liège dans tous les magasins. En 2014, les boutiques Nicolas s'agrémentent d'une vinothèque destinée à accueillir les nectars les plus prestigieux. En 2016 enfin, Nicolas automatise sa plate-forme de stockage, permettant ainsi à chaque caviste de commander des bouteilles à l'unité et non plus par carton. Les cavistes pourront ainsi détenir, dans des magasins de plus petite surface,

22 | Cette autre vue dévoile les espaces de stockage des sections triporteurs et camionnettes.

23 | Quatre Lambretta en réparation sont photographiés dans la section des triporteurs.

24 | Du fait de l'importance de la flotte, l'atelier pneumatique ne manque pas d'activité. Ici, MM. Sommain, Wahl et Mainberte s'affairent au remplacement du pneu sur la roue arrière d'un Citroën H.

25 | Ce cliché publicitaire qui rassemble pas moins de 18 triporteurs Piaggio équipés en plateau brasseur bâché donne une petite idée de l'importance de la flotte de livraison maison. Endurants et fiables, ces petits véhicules peints dans la nouvelle livrée bordeaux de la maison seront durant deux décennies les ambassadeurs de la maison de Charenton.

26 | Au milieu des années soixante-dix, ce cliché rassemble les trois modèles de véhicules les plus emblématiques de la flotte Nicolas dédiée aux petites livraisons : le triporteur Piaggio, la Citroën 3 CV fourgonnette AK 400 (du dernier modèle, avec phares rectangulaires) et le Citroën HY.

27 | C'est la même fourgonnette AK 400 que l'on retrouve ici dans la circulation à Maisons-Alfort. Pour des raisons d'image, les véhicules de la flotte bénéficient d'un entretien très suivi.

28 | Au milieu des années soixante-dix, si les semi-remorques utilisées pour les livraisons sont toujours des Far, les tracteurs sont des porteurs transformés, à l'image de ce Saviem JN 90 de novembre 1976, converti en tracteur avec attelage automatique par Serma, Sinpar ou Fruehauf. Animé par un six cylindres de 150 chevaux SAE, le véhicule affiche un PTR de 12,5 tonnes.

Tous droits réservés à l'éditeur



un plus large choix de produits afin de satisfaire les besoins de tous leurs clients. On le voit, à l'aube de ses 200 ans, la maison Nicolas continue de faire ses preuves et de partager sa passion. Ambassadeurs du vin français, Nicolas et sa maison-mère Castel font rayonner le savoir-faire vitivinicole français à l'international... ■

Note : Le texte de cet article s'inspire grandement de celui de Thierry Devynck rédigé pour Nicolas pour une plaquette spéciale éditée en 2018 pour sa Vinothèque.

Remerciements : L'auteur et la rédaction de *Charge Utile* remercient Christopher Hermelin et Caroline Benitah pour leur accueil et la mise à disposition de leurs archives.







Tous droits réservés à l'éditeur



CORPORATE

COVID-19

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Le Monde.fr

www.lemonde.fr
Pays : France
Dynamisme : 92

Visualiser l'article

Vin, cannabis, coiffeurs, messe… En période de confinement, la « première nécessité » varie d'un pays à l'autre

Face à la propagation du coronavirus à travers le monde, de nombreux gouvernements ont mis en place des restrictions drastiques… avec quelques exceptions culturelles.



A Paris, le 19 mars 2020. Michel Euler / AP

Q uels sont les critères pour déterminer ce qui relève de la première nécessité ? Alors que le monde est frappé par la pandémie de Covid-19 , de nombreux pays ont pris ces derniers jours des mesures drastiques pour enrayer la propagation du virus responsable de cette maladie.

Samedi 14 mars, dans la lignée de mesures prises par certains de nos voisins européens, le premier ministre français, Edouard Philippe, annonçait ainsi solennellement *« la fermeture à compter de minuit de tous les lieux recevant du public non indispensable à la vie du pays. Il s'agit notamment des restaurants, cafés, cinémas, discothèques* (…). *Il s'agit également de tous les commerces à l'exception des commerces essentiels ».*

Tous droits réservés à l'éditeur

Mais que veut dire, au juste, *« essentiels »* ? Force est de constater que, si plusieurs Etats adoptent des stratégies de lutte contre l'épidémie globalement similaires, cette notion souffre de quelques exceptions culturelles.

En France, les cavistes

Interrogé dans la matinée du jeudi 19 mars sur France Inter , le ministre de l'économie et des finances, Bruno Le Maire a plaidé pour que les librairies, durement frappées par la concurrence des géants de la vente en ligne, relèvent du commerce de première nécessité. *« C'est ma conviction »* , a martelé le locataire de Bercy, se disant *« prêt à rouvrir la question »* de leur statut .

Si le sort de ce secteur reste encore en suspens, une autre question a été tranchée dès le début de la semaine : la situation des cavistes. Cas d'école s'il en est, dans la patrie du vin. Ainsi, le décret publié dans la foulée des annonces du premier ministre faisait, de manière assez floue, mention des *« commerces alimentaires, pharmacies, banques, stations-service ou de distribution de la presse »* , donnant lieu à diverses interprétations. Un second arrêté , détaillant les structures concernées, confirme l'autorisation d'ouverture pour les *« commerces de détail de boissons en magasin spécialisé »* , comme les cavistes donc.

Certains ont toutefois choisi de baisser leurs rideaux, notamment plusieurs grands réseaux, comme Nicolas, La Vignery ou Le Repaire de Bacchus, qui ont annoncé cesser leur activité pour une durée indéterminée.

En Belgique, les salons de coiffure

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Monde.fr

www.lemonde.fr
Pays : France
Dynamisme : 92

Visualiser l'article



En Belgique, les mesures drastiques de fermeture des commerces prises par le gouvernement ne concernent pas les salons de coiffure, qui peuvent rester ouverts, à condition de n'accueillir qu'un client à la fois et sur rendez-vous. THIERRY ROGE / AFP

Dans le plat pays, les lieux accueillant du public et les commerces non essentiels ont été fermés à compter du week-end du 14 et du 15 mars… mais les Belges peuvent toujours aller se faire une beauté. Le gouvernement a en effet assoupli ses directives et autorisé les salons de coiffure à rester ouverts la semaine, uniquement sur rendez-vous et en accueillant un seul client à la fois.

Une décision qui ne fait cependant pas l'unanimité, notamment auprès des représentants du secteur Coiffure.org, qui parle d'une *« décision très contradictoire »* de la part des autorités fédérales : impossible d'y garantir la distance sanitaire d'un mètre entre les personnes.

En Autriche, les parcs et aires de jeux
Dans le pays, où un confinement sévère a été décidé très tôt, il y a eu une bataille politique autour des parcs, notamment pour la capitale, Vienne, où ils sont une véritable fierté locale. Les écologistes, qui gouvernent ici avec les conservateurs, ont obtenu qu' *« aller se promener »* fasse partie des exceptions de sortie autorisées.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Après quelques jours de confusion pendant lesquels des mairies avaient décidé de fermer les espaces verts, le vice-chancelier écologiste Werner Kogler a annoncé fièrement sur Twitter, jeudi 19 mars, que *« les parcs et les aires de jeux ouvrent à nouveau leurs portes ! »* .

« Les gens ont besoin de quelque chose pour respirer » , a justifié le ministre de la santé, Rudolf Anschober, également écologiste, en précisant que seules les sorties solitaires ou en famille étaient autorisées, en maintenant un mètre de distance avec les autres promeneurs.

Aux Pays-Bas, les coffee-shops



Dans un « coffee-shop », à La Haye (Pays-Bas), le 17 mars 2020. ROBIN UTRECHT / AFP

Aux Pays-Bas, c'est un autre type de commerces qui a rouvert partiellement ses portes, mardi 17 mars : les fameux « coffee-shops ». Le gouvernement néerlandais avait décidé de la fermeture de ces boutiques où l'on peut acheter et consommer du cannabis, le dimanche 15 mars, ainsi que de l'ensemble des écoles, bars, restaurants et maisons closes du pays jusqu'au 6 avril.

Tous droits réservés à l'éditeur

Mais afin d'éviter une éventuelle résurgence du trafic de drogues, La Haye a finalement rétropédalé et choisi d'autoriser les commandes, mais uniquement à emporter. Les consommations sur place, elles, restent prohibées.

A San Francisco, les dispensaires de cannabis
De l'autre côté de l'Atlantique, en Californie, dans l'ouest des Etats-Unis, la municipalité de San Francisco a elle aussi été contrainte de faire machine arrière sur certaines des mesures prises, lundi 16 mars, dans le cadre du confinement. Dès le lendemain, la maire, London Breed, faisait ainsi savoir que les dispensaires de marijuana garderaient finalement leurs portes ouvertes pour les clients.

« Le cannabis est un médicament essentiel pour de nombreux habitants, a fait valoir le département de la santé publique de San Francisco dans un Tweet. *Les dispensaires peuvent continuer à fonctionner comme des entreprises essentielles pendant cette période, tout en pratiquant la distanciation sociale et d'autres recommandations de santé publique. »*

En Pologne, la messe
Si de nombreux pays, à l'instar de la France, ont décidé de réduire les offices religieux dans le cadre de la lutte contre l'épidémie, avec le soutien des représentants des différents cultes, la Pologne fait jusque-là figure d'exception.

L'Eglise de ce pays très catholique a refusé de se plier aux directives du gouvernement lors de l'annonce, le 10 mars, de la fermeture des établissements accueillant du public et la décision de limiter les rassemblements publics. A la différence de la Conférence épiscopale italienne qui avait *« accepté »* la décision de Rome de suspendre l'organisation des *« cérémonies civiles et religieuses »* , son homologue polonaise avait dans un premier temps appelé à augmenter le nombre de services pour pouvoir diminuer le nombre de fidèles rassemblés à chacun d'eux et ainsi se conformer aux recommandations sanitaires.

Son président, l'archevêque Stanislaw Gadecki, avait alors souligné que *« de la même façon que les hôpitaux soignent les maladies du corps, les églises servent entre autres à soigner les maladies de l'âme. C'est pourquoi il est inimaginable que nous ne puissions pas prier dans nos églises ».*

Mais, sous la pression du gouvernement et de l'opinion publique, les évêques ont fini par assouplir leur position en *« recommandant »* aux autorités diocésaines l'attribution de *« dispenses »* de messes dominicales aux personnes âgées ou malades, qui éviteront ainsi d'être en situation de péché. Ces fidèles sont invités à y participer via les médias audiovisuels et sur Internet.

Retrouvez tous nos articles sur le coronavirus **dans notre rubrique.**

Tous droits réservés à l'éditeur

www.terredevins.com
Pays : France
Dynamisme : 4

Visualiser l'article

[Covid-19] Comment les réseaux de cavistes gèrent la crise



Légalement autorisés à rester ouverts, les réseaux de cavistes, qu'ils soient nationaux ou régionaux, doivent eux aussi s'adapter au jour-le-jour, en veillant à préserver la santé de leurs employés. Trio de témoignages.

Boutiques fermées et boom de la vente en ligne chez Nicolas

Avec ses 500 magasins en France, dont 300 en Ile-de-France, où l'épidémie sévit avec force, comment un réseau de l'ampleur de **Nicolas** gère-t-il la crise sanitaire actuelle ? “On a toujours essayé d'anticiper les événements, tant pour nos clients que nos collaborateurs, en étant un peu plus drastiques que ce qu'imposait le gouvernement” répond Christopher Hermelin, responsable marketing de **Nicolas**. Par exemple, alors que le lundi 5 mars étaient seulement interdits les rassemblements de plus de 1000 personnes, l'enseigne a annulé sa 5e édition des “Vinissimes”, cette “journée de dégustation privée et vente de vins d'exception”, réunissant traditionnellement 500 personnes. Avec l'escalade de l'épidémie, “**Nicolas**” recommandait déjà dimanche à ses cavistes de fermer boutique, et a imposé à tous cette clôture lundi soir. “C'est parfois compliqué de le faire entendre à nos cavistes, car certains voulaient continuer et craignent pour leurs boutiques, concède le responsable marketing. A **Nicolas**, notre baseline est ‘prendre soin de vos vins', mais avant, il faut prendre soin des gens, que ce soit nos cavistes ou les clients. On ne veut pas étendre l'épidémie. On manquait de moyens de protection pour nos collaborateurs en boutiques, gels hydroalcooliques comme masques. Donc même si on le voulait, on ne pourrait pas assurer des conditions de sécurité optimales.” Jeudi, c'était au tour du siège à Thiais (Val-de-Marne) de réduire la venue des salariés en passant un maximum des “fonctions support utiles” en télétravail ou en généralisant le chômage partiel.

En dépit de ces mesures, **Nicolas** n'est pas pour autant à l'arrêt commercial total. Son site internet marchand www.nicolas.com fonctionne, “avec des records de vente”, puisqu'il a vu les commandes “multipliées par trois ou quatre. On a l'impression que les gens font du stock” analyse Christopher Hermelin. “Notre activité de vente en ligne se développait déjà, historiquement, de façon complémentaire au commerce en boutiques, mais avec des clientèles un peu différentes sur ces deux segments, donc assez peu de duplication. Je pense qu'on assiste aujourd'hui dans la situation actuelle à un report de nos clients historiques qui allaient dans les caves physiques, vers le web.” Pour faire fonctionner ce site internet, “on a gardé un semblant de logistique. On assure les livraisons en France, mais on fonctionne avec le minimum vital. Le personnel de la

Tous droits réservés à l'éditeur

www.terredevins.com
Pays : France
Dynamisme : 4

Visualiser l'article

plateforme travaille avec des conditions et mesures d'hygiène et gestes barrière drastiques. Les gens arrivent, prennent une douche, changent de vêtements, ont des masques et des gants, les distances de sécurité sont respectées… Une fois les commandes réceptionnées, on stocke les palettes, et un enlèvement par jour est acheminé par UPS, avec des garanties de livraison légèrement allongées. Tout cela ne reste valable évidemment que sous réserve qu'UPS continue à fonctionner" expose, réaliste, Christopher Hermelin.
Si cette situation de crise a indéniablement d'importantes conséquences pour les entreprises, Nicolas peut néanmoins compter sur sa puissance financière, avec un chiffre annuel stabilisé de 300 millions d'euros. "On a la chance d'être un groupe. On est surtout inquiets pour les petites chaînes et cavistes indépendants, que ça risque de mettre dans la difficulté. Nous sommes avant tout des cavistes, et on espère que ça passera bientôt. La profession risque de souffrir malgré les mesures gouvernementales annoncées."

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 25/03/2020
Heure : 10:39:45
Journaliste : Patrick Ehme

www.lamontagne.fr
Pays : France
Dynamisme : 132

Visualiser l'article

Logés à la même enseigne que l'alimentation les cavistes du Puy-de-Dôme servent toutefois à discrétion



Caves. Une ouverture et l'occasion de savourer encore un menu plaisir. À consommer avec modération toutefois. © Camille Mazoyer

Ils sont bel et bien du même tonneau que les métiers de bouche et, à ce titre, les cavistes ont obtenu la dérogation qui leur permet de rester ouverts en ces temps de jachères commerçantes.

«Oui mais, et pourquoi pas les cavistes ? » . Cela aurait pu être, et ne rester, qu'un calembour fusant sur les réseaux sociaux au lendemain des restrictions d'ouverture imposées aux commerces ; liste exhaustive limitant ces derniers aux pharmacies, aux enseignes d'alimentation et aux débitants... de tabac.
C'est bel et bien devenue une réalité. Les cavistes ont, eux aussi, le droit de garder portes ouvertes et flacons sur rue.

Confinement : les réponses aux questions pratiques que vous vous posez

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Une dérogation finalement bienvenue pour nombre de nos concitoyens, déjà frustrés de bars et de restaurants et pour qui un « petit cordial », en famille ou entre amis, fut-il « trinqué » en « visio-conférence », est toujours appréciable en ces temps de régime sec dans tant d'autres domaines.
Celà dit, le syndicat de la profession joue la modération, laissant aux commerçants leur propre appréciation. Les enjoignant d'inviter les clients à n'en pas faire « des caisses » et de respecter des flux sobres et mesurés aux comptoirs des enseignes.

Avec modération

Ainsi, Les « caves Tissandier » ou la « Vieille réserve », à Chamalières, ont choisi l'abstinence, assurant uniquement des livraisons.
« Nous avons bien sûr la possibilité d'ouvrir mais nous avons estimé que ne ne faisions pas partie des besoins essentiels et, par principe de précaution, nous n'exécutons que les commandes en paiements à distance ».
Les « caves de Grandseigne » tout comme « Nicolas » ou « Le petit Bercy » servent avec discrétion et ne distillent leurs heures d'ouverture qu'avec modération ; chacun optant pour une demi-journée, matin ou après-midi, c'est selon.
« Vino'Cham », quant à lui, négociant de la rue Lufbery, à Chamalières, maintient, jusque-là ses permanences du mardi au samedi, tout en veillant soigneusement à éviter les « bouchons » et endiguer le flot :
« Une seul personne en plus de moi dans le magasin et chacun à son tour », exige Pascal Chalimbaud.

Commandes et livraisons surtout

En parallèle, il assure les commandes de la veille pour le lendemain à même la rue et réserve, exclusivement aux papilles chamaliéroises, des livraisons gratuites à domicile. Une cuvée spéciale, pour lui, afin de limiter la casse et éviter les pertes sèches, et, à l'adresse de ses clients résolument confinés, la volonté de ne pas les laisser le bec dans l'eau.
Mais comme bon nombre des ses collègues professionnels restés en exercice, ce n'est pas franchement l'ivresse : « Nous ne sommes pas les plus à plaindre, puisque nous pouvons encore travailler. Mais il est clair que le mois et les jours à venir risquent d'être plutôt arides. » Heureusement pour le commerce, sur bien des tables calfeutrées demeure l'envie de déguster un bon vin, source d'un menu plaisir dans la prohibition ambiante.

Tous droits réservés à l'éditeur

VSB
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire



Date : 26 mars 2020
Page de l'article : p.1
Journaliste : Isabelle Bachelard

L'ÉVÈNEMENT

Les chaines de cavistes résistent au Covid 19 grâce au e-commerce et à la livraison

Alors que les quelques 500 caves Nicolas ont tiré leur rideau à la suite des mesures de confinement, le site de vente qui travaille en partenariat avec UPS, fait un tabac. Il a ainsi multiplié par six ses ventes depuis le début de ces mesures. Christopher Hermelin, directeur commercial et marketing explique que « vu que les boutiques sont petites, nous ne pouvions que les fermer, mais on a encore de nouveaux projets dans les jours à venir ».

Aux Repaires de Bacchus, Laurent Crochemore, directeur opérationnel, a pris le temps nécessaire : « Comme la sécurité et la santé du personnel de l'entreprise étaient notre priorité et que ces conditions n'étaient pas réunies dès le premier jour du confinement, nous avons préféré mettre nos ventes en sommeil quelques jours. L'activité du site a repris le 25 mars. A ce jour, il n'y a aucun problème pour assurer la continuité logistique ».

Nysa a fermé ses 60 boutiques, alors que trois y avaient déjà été contraintes par la police le dimanche 15 mars, au lendemain de l'annonce de la définition imprécise des commerces de première nécessité. Louis de Montille, le fondateur, explique que l'enseigne poursuit son partenariat avec Deliveroo à Paris pour proposer une vingtaine de vins et autant de bières, spiritueux et quelques produits solides, livrés en moins de 30 minutes pour quelques euros. Cette offre sera prochainement élargie.

Le catalogue complet est désormais disponible par l'intermédiaire de la plateforme de livraison Stuart.

Isabelle Bachelard

Tous droits réservés à l'éditeur



CORPORATE
CONCEPT STORE

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

www.pointsdevente.fr
Pays : France
Dynamisme : 1

Visualiser l'article

La dynamique se poursuit



© Worawut - AdobeStock

Avec un chiffre d'affaires en hausse de +9#% l'an dernier, la franchise se porte très bien. Reporté au 24-27 mai prochains, le salon Franchise Expo Paris devrait voir têtes de réseaux et candidats motivés échanger sur leurs savoir-faire réciproques.

Par Jean-Bernard Gallois

Un cru record. La 16e enquête annuelle de la franchise, réalisée par la Fédération française de la franchise (fff) et les



Photos DR

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article







Banques Populaires (BPCE) avec la participation de Kantar, montre une dynamique 2019 supérieure aux années précédentes. *“L’année est exceptionnelle avec un chiffre d’affaires de près de 68#milliards d’euros et 45 nouveaux réseaux créés l’an dernier”,* se réjouit Véronique Discours-Buhot, la nouvelle déléguée générale de la FFF, en poste depuis septembre dernier. Parmi les secteurs les plus dynamiques figurent la restauration

Tous droits réservés à l'éditeur

et le commerce, en particulier les ventes de la restauration rapide, qui progressent de +20#% avec 700 unités supplémentaires. L'équipement de la personne (+11,4#%) est tiré par les chaînes d'optique, de sport et de sportswear. Quant à l'équipement de la maison, il est encore plus fringant avec un bond de +12,8#%, bien soutenu par la literie, le bricolage et les cuisinistes. *"Quand Darty a décidé de se lancer dans la franchise en 2014, nous avions l'ambition de réaliser 150 magasins en 2019 et nous serons à 195 franchisés à fin mars avec une ouverture tous les dix jours"* , indique Michel Fleys, directeur du développement de Darty Franchise. Le futur du développement de l'enseigne, qui compte 470 magasins au total, porte sur une cinquantaine de villes susceptibles d'accueillir un point de vente de l'enseigne.

Transfert de savoir-faire

Énergique, le secteur de la franchise est aussi énergisant pour l'économie en général. *"Une ouverture de magasin crée en moyenne 6,8 emplois directs ou indirects et les entrepreneurs sont créateurs de lien social",* souligne la déléguée générale. Très attachés à leur territoire, *"près de 70#% des franchisés restent dans leur région d'origine et un tiers des franchisés sont installés dans des villes de moins de 20 000 habitants",* ajoute Sabine Calba, directrice des pôles de développement de la BPCE. Les allées de Franchise Expo bruisseront des conversations des candidats qui se presseront aux stands des franchiseurs. Certes, le salon a été reporté pour cause de coronavirus et se tiendra du 24 au 27#mai prochains dans les pavillons 2 et 3, à Paris Expo, Porte de Versailles. Mais le public devrait être aussi dense. *"Près de 500 enseignes seront présentes dont 130 pour la première fois pour accueillir les 36 000 visiteurs,* détaille Sylvie Gaudy, directrice du Salon. *Nous aurons 95 conférences et des thématiques fortes sur la mobilité et la vitalité des centres-villes."* Véronique Discours-Buhot compte bien profiter de cette occasion pour mobiliser les esprits afin de faire mieux connaître ce mode de collaboration entre deux entreprises indépendantes juridiquement et financièrement. *"Il y a un transfert de savoir-faire et un partage de valeur essentiels à la réussite de tous. Un franchiseur ne peut pas réussir si ses franchisés ne réussissent pas",* affirme-t-elle. Cette collaboration et l'efficacité du modèle attirent les jeunes. *"Nous avons beaucoup de jeunes rêvant d'entreprendre ; la franchise est un bon moyen de répondre à ce désir, poursuit la déléguée générale de la FFF. Après une*



Véronique Discours-Buhot DR

Tous droits réservés à l'éditeur

première expérience de quelques années, ils peuvent se lancer en franchise puisque la tête de réseau leur transmettra un concept éprouvé, une formation au savoir-faire métier et un accompagnement régulier. Connaissant la voie à suivre, il y a peu de chance qu'ils fassent de grosses erreurs".

Location-gérance

Le soutien des franchiseurs aux futurs franchisés commence lors de l'examen du dossier. *"Les candidats sont sélectionnés par un cabinet de recrutement qui valide la compatibilité réciproque du projet du candidat et de l'enseigne,* détaille Dominique Thibaud, le dirigeant de Self Tissus. *Cette étape passée, le candidat effectue un parcours de découverte dans l'entreprise. Puis, je me déplace systématiquement pour observer les zones voire m'entretenir avec le bailleur afin de le rassurer voire d'aider à la négociation. Je lis les baux en première lecture et enfin nous aidons à la constitution du*



Photo DR

prévisionnel, entre autres choses." Pour faciliter une implantation dans des secteurs où les fonds de commerce sont particulièrement demandés, le franchiseur et le franchisé peuvent mettre en place un système de location-gérance. *"C'est un contrat par lequel le propriétaire d'un fonds de commerce cède temporairement à une personne, dite locataire-gérant, le droit d'exploiter ce fonds à ses risques et périls et moyennant le paiement d'une redevance,* explique Alain Cohen-Boulakia, du cabinet S.V. Avocats, membre du collège des experts de la FFF. *Ainsi, lorsque le franchisé ne dispose pas de moyens financiers suffisants pour acquérir le fonds, il peut alors se contenter de le louer à son franchiseur pendant la durée du contrat de franchise."* Le franchisé, locataire-gérant, peut exploiter un fonds de commerce et, si c'est prévu au contrat, avoir la possibilité de le racheter. Cela lui permet de minimiser ses investissements mais de rester dans une position privilégiée en cas de rachat. *"Nous développons la location-gérance car nous constatons, dans les prospects que*

Tous droits réservés à l'éditeur



Gilles Gommendy, DR

nous rencontrons d'excellents profils de commerciaux mais qui n'ont pas forcément les moyens financiers", indique Gilles Gommendy, directeur général de De Neuville. L'enseigne, compte une dizaine de boutiques sous ce contrat et compte en ouvrir cinq supplémentaires cette année.

Éléments de RSE

Autre axe sur lequel voudrait se positionner Véronique Discours-Buhot dans les prochains mois, celui de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE). *"Nous souhaiterions mettre des éléments de RSE comme des éléments du savoir-faire des franchiseurs à transmettre à leur réseau,* souligne la déléguée générale, ancienne directrice RSE chez Carrefour. *J'ai le sentiment que demain, les candidats et, en premier lieu les plus jeunes d'entre eux, considéreront cet indicateur comme l'un des critères essentiels à leur choix d'une enseigne."* A moyen terme, la fff réfléchit à la création d'une formation destinée aux têtes de réseaux sur la bonne manière de construire une stratégie de RSE. *"Une politique de RSE permet une bonne gestion du risque, et aide à saisir des opportunités de marché et à nourrir sa marque",* rappelle-t-elle. De quoi alimenter de prochaines conférences à Franchise Expo Paris.

Franchise Expo Paris se déroulera
du 24 au 27#mai 2020 dans les pavillons 2 et 3 à Paris Expo,
Porte de Versailles

En chiffres
Un poids lourd de l'économie française

► Un chiffre d'affaires de **68#milliards d'euros** (+9,3#% par rapport à 2018)
► **2049** réseaux de franchise (+2,2#%)
► **78 218** points de vente (+4#%)
► Le commerce reste le principal secteur de la franchise avec **65 %** des ventes.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Chocolat **Un secteur / deux réseaux**
Jeff de Bruges proche des 500 boutiques



482 boutiques et une ouverture à un rythme régulier de 10 franchises par an et 2



Photos DR

Tous droits réservés à l'éditeur







succursales. La trajectoire de l'enseigne s'appuie sur un maître-mot : *"créer des boutiques de proximité qui proposent des bons chocolats avec un bon rapport qualité-prix",* indique Béatrice Toupin, responsable

Tous droits réservés à l'éditeur

communication. De plus en plus de jeunes sont candidats à la franchise dans le réseau, à la recherche *"d'un projet où ils se font plaisir et où ils disposent des outils facilitant la vie et la gestion du magasin. Ils considèrent cela comme un prérequis",* ajoute Florian Jambon, responsable du développement. L'enseigne vient de changer d'ERP en adoptant une solution Microsoft et elle est en train d'affiner son programme de fidélité Jeff Club.

De Neuville s'ouvre aux retail-parks
"La joie de vivre à la française". Son positionnement adopté depuis deux ans semble réussir au groupe. Fort de 150 boutiques (dont 90#% en franchise), le réseau affiche une progression de 8#% de ses ventes l'an dernier. Sous l'impulsion de son directeur général, Gilles Gommendy, *"De Neuville vise des emplacements n°#1, avec des forts flux comme les gares et les centres commerciaux, où nos magasins sont passés de 10#% à 35#% de notre parc total".* Le format classique de centre-ville de 50#m2 s'accompagne d'un second format retail-parc de 150-200#m2 avec des ateliers privatisables. L'enseigne développe aussi la location-gérance pour les responsables de succursales depuis six ans. Cinq projets sont aujourd'hui dans les cartons. L'enseigne a ouvert, début 2019, un magasin avec Nicolas et Comtesse du Barry. La marque a installé à l'automne dernier un logiciel de gestion de l'information produit qui centralise et harmonise toutes les informations marketing et techniques pour les divers canaux de vente.

JouéClub **Progression sur un marché à l'équilibre**
"Nous sommes le numéro#1 du jouet *avec un chiffre d'affaires en progression de +4#% en 2019 sur un marché atone",* affirme Jacques Baudoz. Bien que président d'une enseigne coopérative, il sera présent au Salon Franchise Expo Paris pour



Photos DR

Tous droits réservés à l'éditeur



recruter des candidats. Avec une douzaine d'ouvertures par an, le groupement aux 300 unités en France a fait évoluer ses points de vente. *"Nous adoptons un nouveau concept pour les transformer en magasins de proximité plus proches des clients",* ajoute-t-il. JouéClub souhaite dynamiser le permanent alors que la moitié des ventes se font à Noël. Sur le modèle du catalogue de fin d'année, distribué à 12#millions d'exemplaires, le groupement a conçu un catalogue de printemps de 180 pages tiré à 5#millions d'exemplaires. Sur le terrain, à Châtellerault, Jean-Michel Moricet valorise "l'esprit de commerçant". Après un premier magasin de jouets dans le centre-ville, cet adhérent a acquis son point de vente de 800#m2 en périphérie, *"la taille idéale avec 12 000 références".* Le patron de 57 ans connaît quasiment chacun de ses clients, *"qui viennent jusque 8 fois par an".* S'il admet que les réseaux sociaux sont importants pour se connecter aux consommateurs (*"j'essaie d'être présent sur les principaux, avec une page Facebook, et une page Instagram plus récemment"*), il insiste sur l'âme du magasin, l'ambiance qui y règne et les conseils de son équipe. *"Je travaille avec 9 personnes, bien plus jeunes que moi, c'est une évidence pour comprendre les besoins des familles,* sourit-il. *Et ils sont tous issus de la formation professionnelle, une belle école pour renforcer le travail d'équipe."*

Franchiseur / franchisé **Réseaux sociaux – Site Internet**
Jeune franchisée Jeff de Bruges de 26 ans installée à Pamiers (Ariège), Lauriane Cals entretient sa communauté de 500 abonnés à sa page Facebook, avec des photos de paniers et des personnalisations. Cet investissement lui prend deux heures par semaine. Passionnée de création, elle va investir dans un mini-studio photo mobile à installer dans les 20#m2 de la réserve de sa boutique de 50#m2 afin de produire davantage de photos en dehors des périodes de fête. Pour augmenter sa



Tous droits réservés à l'éditeur

© Eakrin – AdobeStock

clientèle, elle a aussi mis en place un jeu concours en partenariat avec un restaurant Mc Donald's. Résultat : 80 followers supplémentaires.

Pour la notoriété de marque, le site e-commerce *"représente le chiffre d'affaires d'une très bonne boutique du réseau avec une progression à deux chiffres,* explique Gérard Gommendy, DG de De Neuville. *Tout le réseau est rémunéré sur les ventes réalisées sur le site."*

Sur les réseaux sociaux, chaque adhérent de JouéClub peut gérer une page Facebook. Ils sont 240 à le faire aujourd'hui avec un nombre d'abonnés total passé de 44 000#à 500 000 en deux ans. *"Chaque responsable de magasin dispose d'un accompagnement de la centrale et nous faisons appel à des agences digitales pour les contenus nationaux et les opérations de promotion",* ajoute Jacques Baudoz, son président.

"J'ai 2 000 abonnés sur Facebook sur le magasin d'Ancenis, *1 000 sur celui de Laval et 800 followers sur Instagram."* Très à l'écoute et "proche" de ses clientes, Karine Thomin, qui possède deux magasins Self Tissus dans la Mayenne, passe une bonne demi-heure quotidienne (même le dimanche) à poster des photos sur les créations, la mise en place d'un atelier ou l'arrivée imminente d'un rack de tissu. *"Ces ateliers, "débutant", "libre" ou "à thème", à raison de 2 à 4 par semaine, sont un excellent moyen de fidéliser ma clientèle",* souligne-t-elle.

Tissu Un secteur / deux réseaux
Self Tissus pour une relation sans couture



Née en 1985 à Quimper, l'enseigne, présente sur le marché du "do it yourself" (faire soi-même) dans l'univers de la couture mode et décoration, vend du tissu au mètre, des machines à coudre et de la mercerie. Elle compte 20 magasins dont 12 en

Tous droits réservés à l'éditeur



Photos DR





Tous droits réservés à l'éditeur





concession et cinq nouveaux magasins sont prévus cette année. *“Nous avons réalisé 13#millions d’euros de chiffre d’affaires l’an dernier sur ce marché peu connu, qui s’adresse à une clientèle passionnée”* , explique son gérant, Dominique Thibaud, qui a repris le groupe en 2017. Les magasins ont une surface de 300 à 700#m2 avec 4 à 8 employés. *“80#% des clients sont venus dans nos magasins après être allés sur le site et notre blog (1#million de visiteurs par an) est encore plus visité que le site marchand,*poursuit Dominique Thibaud. *À noter la présence de plusieurs téléviseurs dans un tiers des magasins au dernier concept (rénovés ou relocalisés depuis 2017) dont les contenus sont pilotés depuis le siège. Chaque semaine, au moins deux ateliers sont organisés dans tous les magasins sur un thème précis ou libre pendant trois heures. Le recrutement récent d’un responsable digital permettra de travailler à la réalisation d’un “vrai réseau sans couture entre magasin et digital (site marchand, blog, Facebook, Pinterest…)”.*

Mondial Tissus roule pour sa marque propre

Leader français en vente de tissus et mercerie avec 85 magasins et un CA avoisinant les 105#millions d’euros, Mondial Tissus a adapté son concept, rendu son offre plus lisible et ses collections plus modernes. L’enseigne s’est développée dans la franchise depuis 2017. Une dizaine de magasins devraient être sous cette forme à la fin de l’année. *“Sur ce marché où l’on achète avant tout du tissu, nous devons revendiquer notre nom, d’où le développement d’une marque propre, “MT”, qui concerne 100#% de nos références à l’exception de produits*

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

très techniques comme les machines Singer ou la laine Phildar, souligne Bernard Cherqui, directeur général de l'enseigne. *Comme nous sommes sur un domaine très affinitaire où les consommateurs souhaitent de l'exclusivité, la part des produits bio et Eco-tex dans notre offre va prendre de l'importance à partir de cette année."* Avec une présence quasi-exclusive en zone commerciale, les magasins varient de 400#m2 à 800#m2 et comptent en moyenne 26 000 références.
Les 700 vendeurs présents dans les magasins disposent de tablettes et peuvent diriger le client vers le site Internet qui dispose de trois fois plus de produits disponibles.



Salon de la Franchise 2020
► **5000 enseignes** attendues
► **130** nouveaux stands
► **36 000** visiteurs

Tous droits réservés à l'éditeur



MAGASINS

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins







© Photo Mémento

COMMERCE

Le petit Nicolas grandit

Avec plus de 500 magasins en France, Nicolas s'affiche comme le premier réseau de caviste tricolore. À La Réunion, l'enseigne a implanté une nouvelle cave qui fait passer à huit le nombre de ses points de vente, en vingt ans de présence sur l'île.

À l'île de La Réunion, c'est Castel Covino qui détient la franchise du caviste Nicolas. Et on peut dire que ce fut un pari gagnant pour la société, présente sur le territoire depuis deux décennies et qui détient désormais 20% de parts de marché. *"À La Réunion, le chiffre d'affaires des caves Nicolas reste en croissance avec +7% en 2018 et +11% en 2019"* rapporte David Cailleux, directeur de master franchise Nicolas sur l'océan Indien.

Et s'il fallait encore une preuve que 2019 fut un bon cru pour le caviste, l'ouverture d'un huitième point de vente sur l'île à Saint-Leu vient se positionner comme telle. David Cailleux ajoute, *"le succès des caves s'explique par la qualité des produits et les conseils experts des cavistes, tous passionnés par le métier".*

La passion et le savoir

À Saint-Leu, c'est Johana Faliu, diplômée de la Wine & Spirit Education Trust (WSET), le plus important institut de formation en vin et spiritueux de niveau international, créé en 1969 à Londres, qui prend la responsabilité du nouveau point de vente. Les caves Nicolas transmettent au-delà du conseil un savoir, via les ateliers de dégustation organisés, tout au long de l'année dans les différents points de vente. *"Des moments privilégiés et de partage avec la clientèle, avec qui nous avons tissé un vrai lien de confiance"* se félicite le directeur de master franchise.

Que ce soit à l'île de La Réunion ou dans l'océan Indien, Castel Covino poursuit son expansion et diffuse sa passion et son savoir. La master franchise pour Nicolas compte ainsi deux magasins à Maurice, deux à Madagascar, où une troisième cave est en prévision pour 2020.

Tous droits réservés à l'éditeur

Fontenay AUX ROSES

Pays : FR
Périodicité : Mensuel



Date : Mars 2020
Page de l'article : p.25

Commerce
Bienvenue chez Nicolas !



Après une longue période de fermeture, le magasin Nicolas du centre-ville a rouvert ses portes mi-février. Une nouvelle gérante, Madame Hu, a en effet repris la boutique située 91 rue Boucicaut.

ENTREPRISES

Les appels d'offres publics sont régulièrement publiés sur le site de la Ville (www.fontenay-aux-roses.fr rubrique Démarches et services en ligne / Marchés publics).

Tous droits réservés à l'éditeur

Midi Libre

Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 130065





Date : 15 mars 2020
Page de l'article : p.6
Journaliste : V. Pons

Ambiance mitigée dans les commerces de Perpignan



Le gérant de la boutique de prêt-à-porter Reine-Des-Prés, constate : « *On ne va pas se mentir, on sent une baisse nette de fréquentation un peu partout en ville. Même si le samedi n'est pas forcément le jour de la semaine le plus chargé, là, depuis 15 jours, en ce qui me concerne, c'est une catastrophe. Ça va être très dur.* » Pour sa part Pascal Pizivin, gérant chez Nicolas, place de la République, tient un autre discours : « *C'est à n'y rien comprendre ! Après l'intervention de Macron jeudi soir, on pouvait logiquement s'attendre à un repli chacun chez soi. Eh bien non, regardez cette place, les terrasses de cafés sont bondées. Quant à moi, j'ai fait une matinée de samedi tout à fait correcte et il y avait ce matin la queue devant la boucherie voisine, entre autres* ». À l'inverse, rue Mailly, chez Olivier and Co, le contrecoup se fait bel et bien sentir : « *J'ai fait une bonne semaine mais aujourd'hui (samedi) c'est la descente infernale. Mon but pour les jours à venir : assurer le minimum en réduisant les commandes* ». Quant à la Galerie de la coiffure, rue de la République, elle a simplement constaté, depuis la veille « *un peu moins de passage au salon, mais ça n'est pas forcément lié à la peur du coronavirus* ». **V. Pons**



Tous droits réservés à l'éditeur



MENTIONS

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

ALERTE STREAM

MOT-CLE(S)	NICOLAS
CHAINE / STATION	**C8**
DIFFUSION	**04/03/2020 - 19:51**
DUREE	00:06:41
EMISSION	TOUCHE PAS A MON POSTE ! - 19:35
PRESENTATEUR(S)	CYRIL HANOUNA
INDEXATION	
RUBRIQUE	

L'EXPRESS SUPPLÉMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrégulière





Date : 09 mars 2020
Page de l'article : p.2-4
Journaliste : SABINE GERMAIN

CHOISIR

Pour toutes les bourses

De 15000 euros, pour une activité de service, à plus de 500000 euros pour un fast-food : l'investissement varie selon les secteurs. Tour d'horizon.

PAR SABINE GERMAIN

C'est une règle de calcul bien établie au sein des établissements bancaires : un candidat à la franchise doit disposer d'environ un tiers d'apport personnel pour boucler son plan de financement *(lire page 60)*. Pour dimensionner son projet et chiffrer son enveloppe financière, il a donc intérêt à partir du capital dont il dispose. S'il est en mesure de mobiliser 50 000 euros d'apport (souvent issu de ses économies), il peut prétendre à une enseigne demandant 150 000 euros d'investissement initial. Et ainsi de suite : 100 000 euros d'apport pour 300 000 d'investissement, etc. Attention toutefois. En matière de franchise, l'investissement ne correspond pas au coût global de lancement d'une affaire : il couvre le droit d'entrée, l'aménagement des lieux, les stocks nécessaires au démarrage, les frais de création de la société, un fonds de roulement minimal pour tenir les premiers mois... Mais pas le local.

« Les coûts immobiliers ne sont jamais intégrés au montant global des investissements indiqués par les franchiseurs. Ils sont naturellement plus élevés dans le commerce – qui requiert un bon emplacement – que dans les services », prévient Franck Berthouloux, consultant et coach au sein du réseau TGS France. Le montant de votre apport personnel doit donc intégrer cette donnée : un concept affiché à 120 000 euros avec un droit au bail à 60 000 euros nécessite un apport d'au moins 60 000 euros.



Moins de 50 000 euros

Les franchises les plus accessibles se trouvent naturellement dans le domaine des services : ceux-ci ne requièrent ni stocks ni investissement immobilier majeur. La valeur de l'enseigne repose presque entièrement sur le savoir-faire technique et commercial transmis par la tête de réseau. Mieux vaut donc s'assurer de la réalité de ce savoir-faire et de l'aptitude du franchiseur à le mettre en œuvre avant de signer son contrat.

Secteur d'activité	Investissement moyen	Droit d'entrée moyen	Exemples d'enseignes	Chiffre d'affaires moyen (année 2)	Apport personnel conseillé
Courtage en crédit	30 000 à 50 000 €	25 000 €	AFR Financement, Empruntis, In&Fi Crédits...	200 000 à 400 000 €	10 000 à 25 000 €
Dépannage et réparation	45 000 à 50 000 €	10 000 à 20 000 €	La compagnie des déboucheurs, OuiGlass, Répar'Stores, Fix Phonia, Océazur...	150 000 €	10 000 €
Services aux entreprises	15 000 à 20 000 €	0 à 15 000 €	SoWink, Tribu RH, Plus que pro, GCL Experts-Gestion...	100 000 €	5 000 à 10 000 €
Diagnostic immobilier	20 000 à 40 000 €	0 à 15 000 €	Arliane, B2CE, Dekra, LD2i, Juris Diagnostics, Diagamter...	100 000 à 150 000 €	5 000 à 10 000 €
Rénovation de l'habitat	20 000 à 50 000 €	10 000 à 17 000 €	Dal'alu, Agrandir ma maison, BLB Habitat, Illico Travaux, La Maison des travaux...	120 000 à 300 000 €	10 000 à 20 000 €
Assistance informatique	25 000 à 50 000 €	25 000 €	AIRRIA, Docteur IT, PassWord...	120 000 à 250 000 €	8 000 à 10 000 €

ISTOCK

Tous droits réservés à l'éditeur

L'EXPRESS SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrégulière

Date : 09 mars 2020
Page de l'article : p.2-4
Journaliste : SABINE GERMAIN

Entre 50000 et 100000 euros

La plupart de ces activités de services nécessitent un local dont le tarif n'est pas forcément très élevé puisque il n'a pas besoin d'être extrêmement bien situé. En revanche, ce coût s'ajoute aux investissements indiqués ci-dessous. Si un local bien placé est nécessaire, le montant de l'apport personnel peut donc être supérieur à 30 %. Chez Pierre Ricaud, par exemple, l'investissement requis est compris entre 80000 et 120000 euros HT ; mais comme le franchisé doit aussi acquérir un bail, l'enseigne conseille à ses candidats de disposer d'un apport personnel de 80000 euros.

Secteur d'activité	Investissement moyen	Droit d'entrée moyen	Exemples d'enseignes	Chiffre d'affaires moyen (année 2)	Apport personnel conseillé
Pressing	85000 à 150000 €	5000 à 15000 €	5 à Sec, Aqualogia, Baleo, Clean City...	150000 à 250000 €	40000 à 60000 €
Services à la personne, aide à domicile	60000 à 90000 €	20000 à 40000 €	Age d'or Services, Apef, Domidom, O2 Care Services, Générale des Services, Senior Compagnie...	250000 à 280000 €	20000 à 30000 €
Portes et fenêtres	50000 à 80000 €	Aucun*	Tryba, Lorenove, Clair de baie, Belisol...	130000 €	30000 à 40000 €
Beauté, esthétique	55000 à 100000 €	5000 à 15000 €	L'Onglerie, Pierre Ricaud, Guinot, Esthetic Center...	120000 à 200000 €	15000 à 80000 €
Rénovation de l'habitat	20000 à 50000 €	10000 à 17000 €	Dal'alu, Agrandir ma maison, BLB Habitat, Basic System, Illico Travaux...	120000 à 300000 €	10000 à 20000 €
Enseignement et soutien scolaire	45000 à 100000 €	15000 à 20000 €	Anacours, Acadomia, Linguish...	150000 à 600000 €	25000 à 30000 €
Produits et soins médicaux	90000 à 100000 €	27000 à 30000 €	Bastide-Le confort médical, StudioSanté, Distri Club Médical...	200000 à 350000 €	20000 à 50000 €

*Les enseignes se rémunèrent exclusivement sur les ventes de produits.

Entre 100000 et 300000 euros

La plupart des franchises de distribution (mode, alimentation spécialisée, fleurs, optique...) et des activités de services nécessitant un local bien placé (immobilier, coiffure) se trouvent dans cette tranche d'investissement.

A noter. Les coopératives d'optique (Optic 2000, Lissac, Krys, Lynx) ne demandent pas de droit d'entrée (ou peu), mais elles recrutent en priorité des opticiens indépendants déjà en activité. Quant aux enseignes de prêt-à-porter, elles privilégient les contrats de commission-affiliation, qui ne font pas porter le risque du stock au franchisé, ce qui réduit le niveau des investissements.

Secteur d'activité	Investissement moyen	Droit d'entrée moyen	Exemples d'enseignes	Chiffre d'affaires moyen (année 2)	Apport personnel conseillé
Immobilier	100000 à 150000 €	20000 à 25000 €	Century 21, Era Immobilier, Guy Hoquet, L'Adresse, Laforêt, Orpi, Stéphane Plaza...	300000 à 400000 €	40000 à 75000 €
Optique	150000 à 300000 €	30000 à 50000 €	Alain Afflelou, Atol, Générale d'optique, Krys, Lissac, Lynx, Optic 2000...	300000 à 400000 €	40000 à 80000 €
Prêt-à-porter (homme, femme et enfant)	150000 €	10000 à 15000 €	Aigle, Father & Sons, La Fée maraboutée, Cop.Copine, Esprit, Catimini, DPAM...	500000 à 700000 €	30000 à 60000 €
Fleurs	100000 à 200000 €	10000 à 17000 €	Oya, Carrément Fleurs, Monceau Fleurs, Le Jardin des fleurs...	200000 à 500000 €	40000 à 70000 €
Coiffure	100000 à 150000 €	8000 à 20000 €	Tchip Coiffure, Vog, Franck Provost, Jean-Claude Biguine, Dessange, Camille Albane, Jean-Louis David...	200000 à 300000 €	30000 à 40000 €
Caviste	100000 à 180000 €	15000 à 30000 €	Nicolas, Cavavin, InterCaves, Nysa, La Vignery...	300000 à 500000 €	50000 €

Tous droits réservés à l'éditeur

L'EXPRESS SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrégulière

Date : 09 mars 2020
Page de l'article : p.2-4
Journaliste : SABINE GERMAIN

PAROLE D'EXPERT



Franck Berthouloux
Consultant au sein du réseau TGS France

"Attention : le coût du local n'est jamais intégré à l'investissement indiqué par les franchiseurs."



Plus de 300 000 euros

Ce sont les poids lourds de la franchise, en matière d'investissement initial comme de chiffre d'affaires : les marques de grande distribution alimentaire, de parfumerie, d'équipement de la maison ou de restauration requièrent des investissements initiaux si élevés qu'il ne faut pas espérer de retour avant six ou sept ans, voire plus. Conscientes que les candidats ont de plus en plus de mal à financer ce type de projet, de nombreuses enseignes mettent en place des systèmes de franchise participative ou proposent de la location-gérance.

A noter. Nous n'avons mentionné que les enseignes de restauration rapide les plus gourmandes en investissement. Mais il en existe de plus accessibles comme La Croissanterie, Brioche dorée, Pitaya, Subway...

Secteur d'activité	Investissement moyen	Droit d'entrée moyen	Exemples d'enseignes	Chiffre d'affaires moyen (année 2)	Apport personnel conseillé
Parfumerie	400 000 à 500 000 €	10 000 à 17 000 €	Beauty Success, Nocibé, Passion Beauté...	700 000 € à 1 M€	100 000 à 150 000 €
Restauration rapide	750 000 €	45 000 à 50 000 €	Burger King, McDonald's, KFC, Big Fernand...	2 M€	150 000 à 300 000 €
Restauration à thème	800 000 € à 1,1 M€	40 000 à 50 000 €	Buffalo Grill, Del Arte, Au Bureau, La Boucherie, Le Paradis du fruit...	1,2 à 1,7 M€	200 000 à 400 000 €
Réparation automobile	300 000 à 600 000 €	20 000 à 25 000 €	Feu vert, Roady, Speedy, Norauto...	600 000 € à 1,3 M€	50 000 à 100 000 €
Cuisine et bain	300 000 à 550 000 €	0 à 23 000 €	Schmidt, Aviva, Cuisine Plus, Mobalpa, Ixina...	1,3 à 2 M€	50 000 à 80 000 €
Boulangerie et terminaux de cuisson	400 000 à 600 000 €	30 000 à 40 000 €	La Mie câline, Paul, Le Fournil de Pierre, Ange...	600 000 € à 1 M€	80 000 à 120 000 €
Multimédia et électroménager	300 000 à 800 000 €	37 000 à 50 000 €	LDLC.com, Boulanger, Darty, Fnac...	1 à 5 M€	50 000 à 150 000 €
Supérette ou supermarché	1 M€ (supérette) à 1,15 M€ (supermarché)	Aucun*	Carrefour Express, Vival, Le Petit Casino, Spar, Proxy, Simply Market, 8 à Huit...	500 000 € à 3 M€ pour une supérette 5 à 15 M€ pour un supermarché	20 000 à 75 000 € pour une supérette 175 000 € à 600 000 € pour un supermarché
Produits bio	300 000 à 600 000 €	0 à 16 000 €	Carrefour Bio, Naturalia, Bio C Bon, L'Eau vive...	1,5 à 2 M€	80 000 à 300 000 €

SDP. ISTOCK

*Les enseignes fonctionnent sur un système de location gérance ou se rémunèrent sur les achats.

Tous droits réservés à l'éditeur

L'EXPRESS SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrégulière

Page non disponible



Date : 09 mars 2020
Page de l'article : p.8
Journaliste : SABINE GERMAIN

COUPS DE CŒUR



Vincent Pezigot, directeur commercial export.

Amorino fond sur toutes les langues

Ces glaces haut de gamme, stars d'Instagram, ont séduit tous les pays, ou presque: dix huit ans après sa création, l'enseigne réalise 60 % de son chiffre d'affaires à l'international. Et ce n'est pas fini !

PAR SABINE GERMAIN

4 STRATÉGIE EXPORT

Récompense le développement remarquable d'un réseau français à l'étranger.

Acuitis, optique et audition
Amorino, glaces italiennes
Carré d'artistes, art contemporain
Eric Kayser, boulangerie
Gémo, vêtements et chaussures
Guinot-Marie Cohr, instituts de beauté
Ladurée, pâtisserie
La Croissanterie, restauration rapide
L'Occitane, cosmétiques
Mobalpa, cuisiniste
Nicolas, caviste
Pano sign'service, signalétique
Oliviers & Co, huiles d'olive
Speedy, entretien auto

L'anecdote est véridique : Amorino, spécialiste français des glaces à l'italienne à la spatule, doit son développement international... aux touristes. Ils ont été les premiers ambassadeurs à l'export de la marque au logo représentant un angelot (*amorino* en italien). « Notre premier point de vente, raconte Vincent Pezigot, directeur commercial export de l'enseigne, a ouvert en 2002 à Paris, sur l'Ile-Saint-Louis. » Soit à 10 mètres de l'adresse historique de la mythique Maison Berthillon, histoire de se placer d'emblée dans la cour des grands. Avec les bords de Seine et Notre-Dame en arrière-plan pour soigner le décor, le point de vente a tout de suite rencontré le succès, faisant taire les oiseaux de mauvais augure : quelques mois plus tôt, Häagen-Dazs avait essuyé un sérieux revers à cet endroit même.

Ecrins touristiques

Au fil des années, Amorino est devenue l'une des marques les plus « instagramables » de la galaxie alimentaire. Et l'enseigne a surfé sur cette notoriété pour s'exporter : « Paolo Benassi et Cristiano Serreni, les fondateurs, ont attendu que le réseau ait six ans et compte 15 points de vente pour franchir le pas, poursuit Vincent Pezigot. La première boutique étrangère a ouvert en 2008 en Espagne, car ils ont senti là-bas une véritable attente de la part des consommateurs. »

Aujourd'hui, le réseau a déployé 80 points de vente en France et 120 à l'international : essentiellement chez nos proches voisins – Espagne (29 boutiques), Royaume-Uni (17), Italie, Portugal et Allemagne –, mais aussi aux Etats-Unis, au Mexique et au Moyen-Orient (Emirats arabes unis et Qatar). « Nous allons continuer à nous développer au rythme d'une trentaine d'ouvertures par an, prioritairement en France, où il nous reste du potentiel, et en Europe proche », détaille Vincent Pezigot. La Belgique, les Pays-Bas et l'Autriche sont en ligne de mire.

L'enseigne adapte son modèle de développement à ses territoires d'implantation : « Nous commençons par ouvrir une ou deux succursales pour tester le marché et identifier les bons partenaires, explique Vincent Pezigot. Ensuite, nous privilégions la franchise directe, comme en France et en Italie, ou la master franchise. » Dans le deuxième cas, le contrat peut alors prendre deux formes : la master franchise simple, comme au Moyen-Orient, où les partenaires ouvrent des succursales ; la master avec droits à la sous-franchise, comme en Espagne et au Royaume-Uni, où les partenaires recrutent et animent leur réseau.

Dans tous les cas, Amorino privilégie les villes et les sites touristiques tels que la 5e avenue à New York, la fontaine de Trévi à Rome, le front de mer à Dubaï, les Ramblas de Barcelone... La marque choisit de beaux écrins pour mettre en valeur ses glaces aux 25 parfums, 100 % naturelles, « qui conjuguent la générosité et la gourmandise italienne au raffinement et à la culture du commerce de détail à la française. » Même les Italiens en conviennent, c'est tout dire !

Tous droits réservés à l'éditeur

Radio

■ FRANCE BLEU RCFM (16/03/20 à 06:23 | 00:04:15) : « Matinamora »
Isabelle Don Ignazi
Esprit d'entreprise - Stéphane Bassani, président de l'association SLT, est invité dans l'émission. Itw de celui-ci. "Je travaillais dans le milieu du vin chez Nicolas".

Radio

■ SUD RADIO (22/03/20 à 12:24 | 00:01:04) : « C'est ça la France » *Nathalie Schraen-Guirma*
L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

Le Parisien (WEEK-END)
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 311078





Date : 20 mars 2020
Page de l'article : p.54-55
Journaliste : Agnès Lambert.

Moi, perso

Dépensez, vous êtes rémunérés !



Le cashback, vous connaissez? Ce dispositif permet de se faire rembourser par sa banque une part des achats réglés par carte.

Par Agnès Lambert.

Une carte bancaire qui rapporte? C'est le principe, proposé par certaines banques, du *cashback*, de l'anglais *cash* – « argent » – et *back* – « retour ». Le client est remboursé d'un pourcentage de ses dépenses réglées par carte bancaire, à hauteur de 0,1 % à 15 % des achats réalisés. Ce système existe en France depuis une trentaine d'années avec la carte American Express, mais il se développe désormais dans des banques de réseau, comme le Crédit agricole, LCL, la Société générale, ainsi que dans des néobanques – qui proposent leurs services sur téléphone mobile –, comme N26, Max et Revolut.

Un remboursement immédiat de la banque...

Les sommes tirées du cashback sont directement créditées sur le compte bancaire du client, qui peut les utiliser à sa guise. Un système inspiré des programmes de fidélité des grandes enseignes, sauf que la récompense est versée sous forme d'argent et non en bons d'achat, ce qui laisse davantage de liberté au client. Le taux de cashback varie d'une banque à l'autre: tout dépend des accords passés entre l'établissement et les commerçants partenaires. « Nous reversons entre 2 % et 15 %. La moyenne s'établit à 5,4 % », indique Stéphanie Vuillemin, responsable marketing services aux particuliers de la Société générale. De son côté, LCL affiche des taux de remboursement compris entre 3 % et 10 %, tandis que les Crédit agricole Nord de France, Brie Picardie et Aquitaine proposent des offres pouvant aller jusqu'à 10 %.

... pour les achats chez les commerçants partenaires

Les taux de cashback s'appliquent uniquement aux dépenses effectuées chez les commerçants partenaires. Or, ce nombre varie selon les banques. La Société générale fait par exemple valoir sa collaboration avec 800 sites Internet, 24 grandes enseignes partenaires et 1 500 points de vente. De son côté, LCL met en avant les 230 sites d'e-commerce et les 4 500 commerces de proximité auxquels elle s'est associée. Le client peut les géolocaliser via son application.

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Parisien (WEEK-END)
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 311078

Date : 20 mars 2020
Page de l'article : p.54-55
Journaliste : Agnès Lambert.



Avec l'appli Joko, des cadeaux illico

Lancée en 2018, l'application Joko est un dispositif hybride entre le cashback bancaire et la carte de fidélité dématérialisée. Une fois téléchargée, l'appli se connecte à la banque de l'utilisateur. Celui-ci obtient en moyenne 5 % de cashback lorsqu'il réalise des achats auprès de commerçants partenaires, une cinquantaine d'enseignes (Carrefour, Leroy Merlin…) et une centaine d'e-commerçants (Asos, Cdiscount…). Les points accumulés sur Joko peuvent ensuite être transformés en cartes-cadeaux utilisables, par exemple, chez Amazon, Carrefour ou Decathlon, ou bien données à une association comme le Sidaction, la Croix-Rouge française ou l'Unicef. « Les programmes de fidélité traditionnels sont sources de frustration car de multiples cartes s'accumulent dans le portefeuille. Avec Joko, une fois que l'utilisateur a connecté l'appli à sa banque, il n'y a plus rien à faire : les récompenses sont automatiquement créditées », précise Xavier Starkloff, cofondateur de Joko, qui compte près de 400 000 utilisateurs.

Quelques rares établissements proposent du cashback quel que soit le commerçant chez qui les achats sont effectués, mais à un taux plus faible. C'est le cas, par exemple, pour les détenteurs d'une carte Metal de Revolut. Ils récupèrent 0,1 % du montant de leurs dépenses en Europe, et 1 % ailleurs dans le monde, tandis que les clients de N26 équipés d'une carte business ont droit à une remise de 0,1 % partout.

American Express propose, de son côté, un double système de récompense. « Chaque paiement avec l'une de nos cartes, quelle que soit sa couleur (Green, Gold…), donne droit à un remboursement de 0,5 % dans toutes les enseignes », précise Jean Diacono, vice-président d'American Express France, chargé du réseau commerçants. En complément, les clients reçoivent, chaque mois, dix à quinze offres personnalisées de grandes enseignes comme Total, Houra, Veepee ou encore Nicolas, valables de quelques semaines à quelques mois, pour un remboursement de l'ordre de 15 % à 30 %.

Le cashback pour tous

Mais quid des personnes dont la banque n'a pas mis en place le cashback ? Ils peuvent quand même en bénéficier. La start-up Max a ainsi lancé, début mars, une carte de paiement gratuite permettant d'obtenir de 1 % à 15 % de cashback selon les enseignes, auprès de 5 000 commerçants physiques et en ligne. « Grâce à notre catalogue sur le Web, le client réalise son achat depuis l'application Max et bénéficie automatiquement du cashback. Pour les offres en boutique, il suffit de payer avec sa carte Max ou avec celle d'une banque que le client a préalablement agrégée dans son appli », explique Didier Ardouin, patron de cette filiale du groupe Crédit mutuel Arkea. ■

Tous droits réservés à l'éditeur

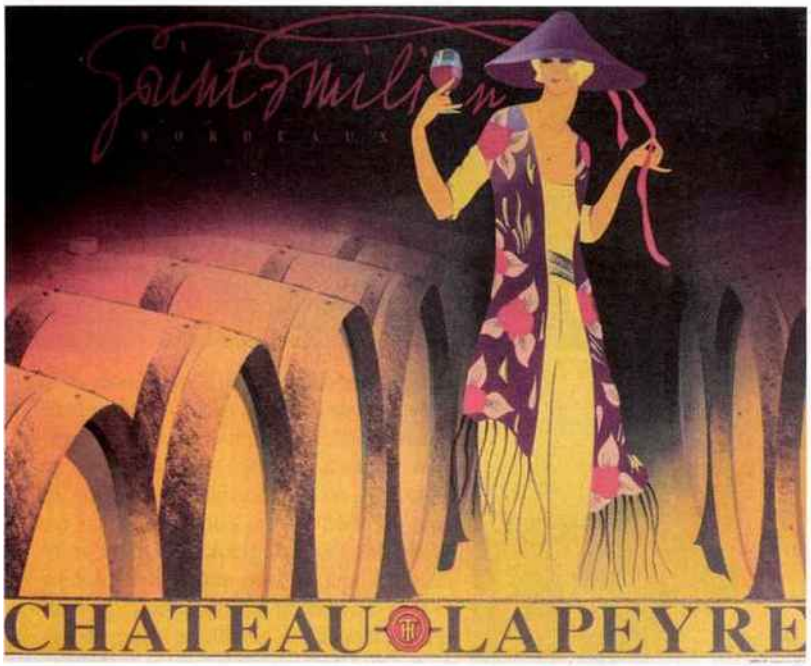
Radio

■ SUD RADIO (21/03/20 à 12:31 | 00:25:53) : « IN VINO » *Alain Marty*
L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

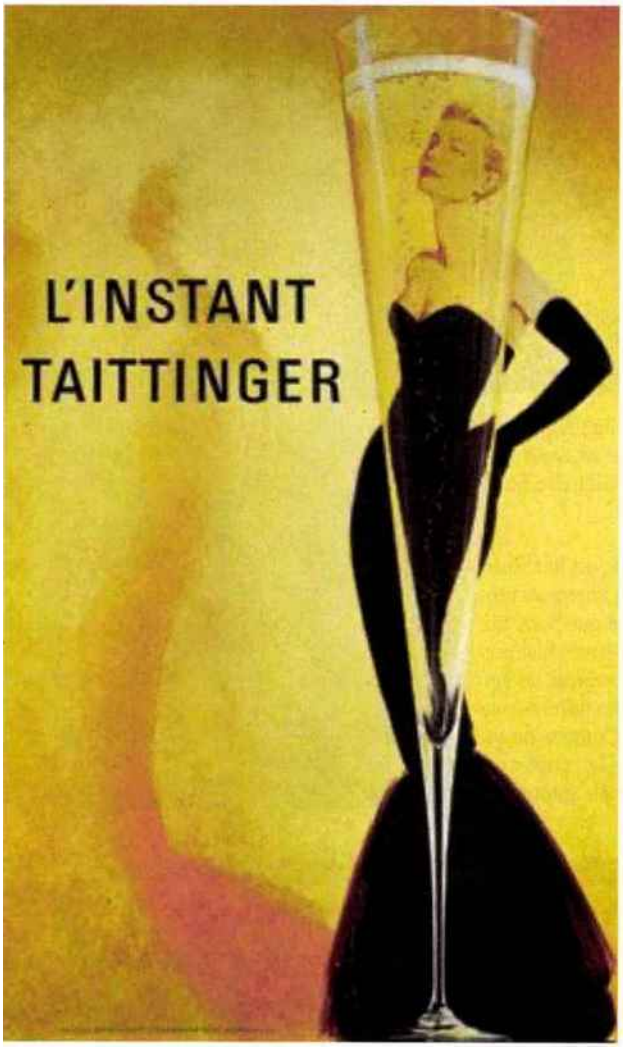
Publicités

PUBLICITÉS

Voici un aperçu des publicités du passé ! Car pendant très longtemps, on faisait de la publicité pour vendre du vin. Désormais, il faut préciser : à boire avec modération. En revanche vous pouvez savourer sans modérations ces quelques « réclames »!





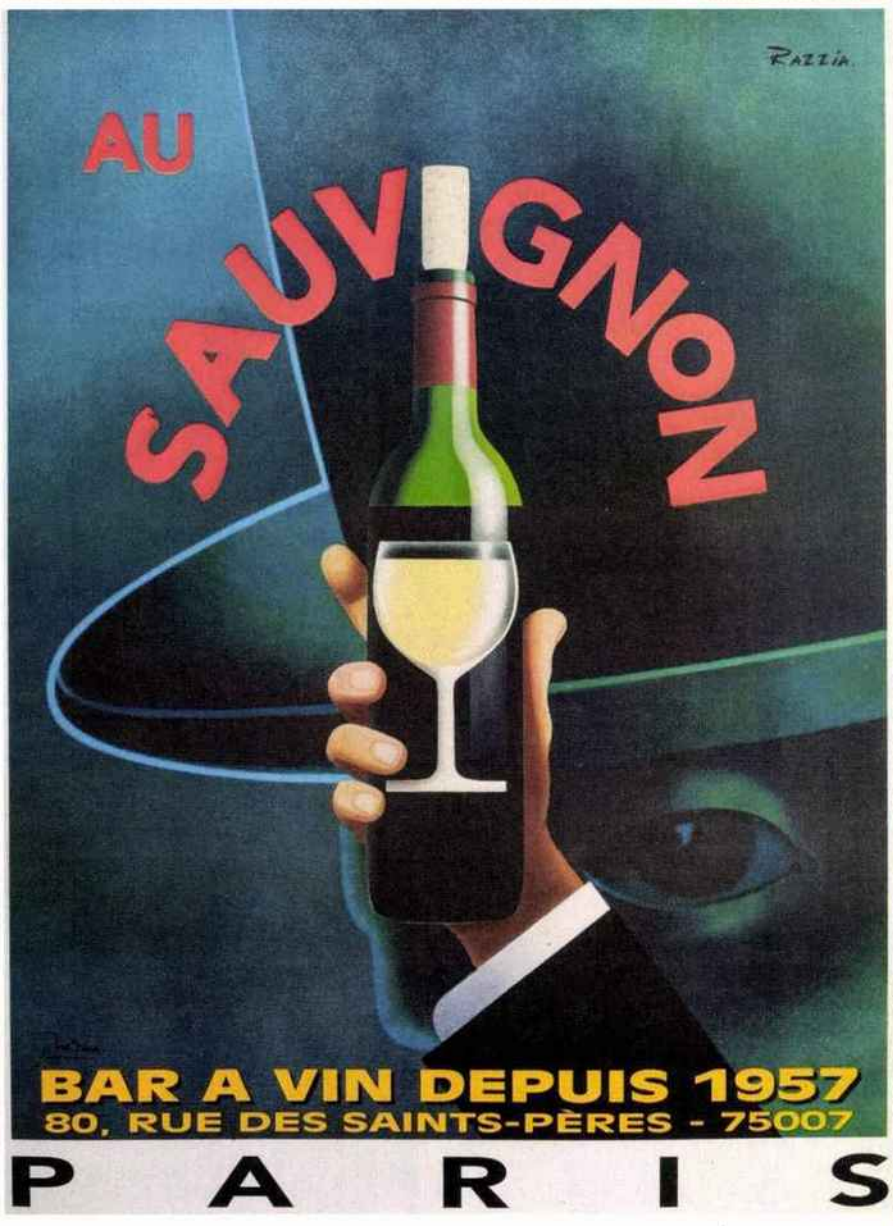


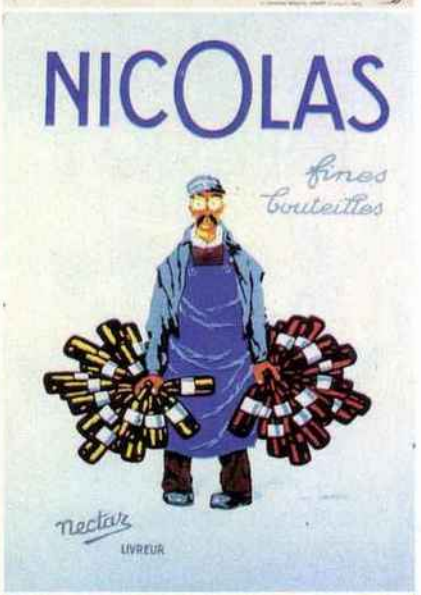


Tous droits réservés à l'éditeur







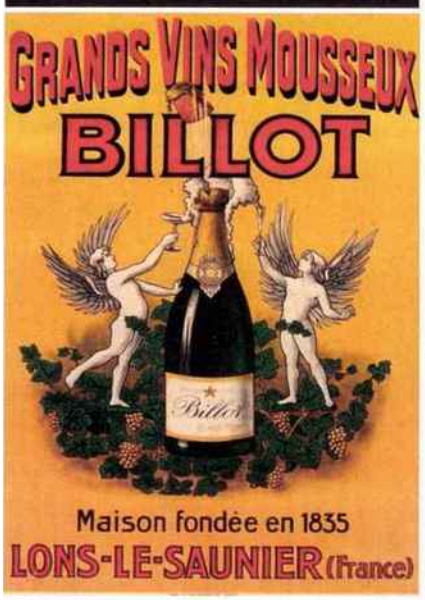




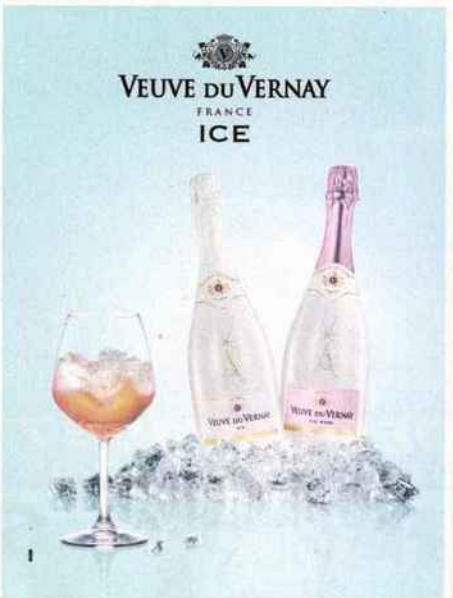
Tous droits réservés à l'éditeur





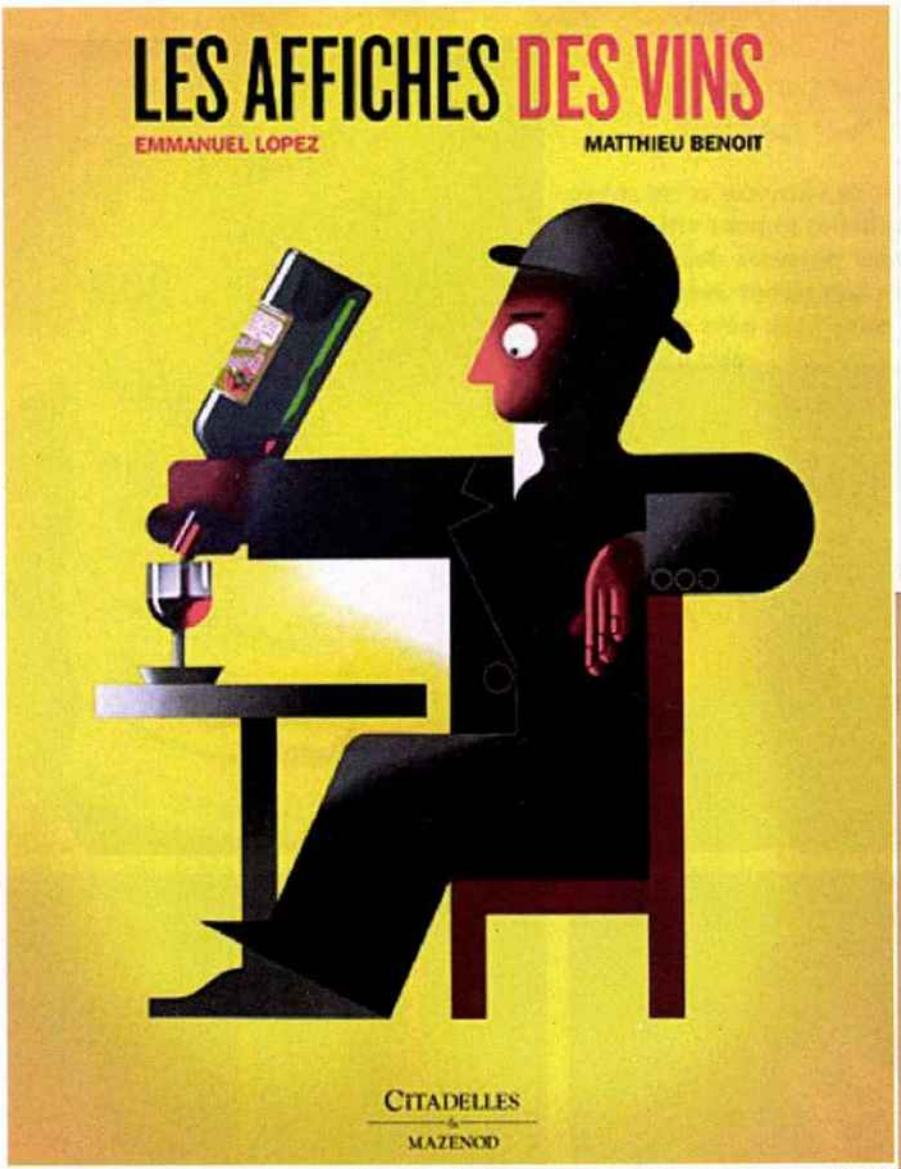








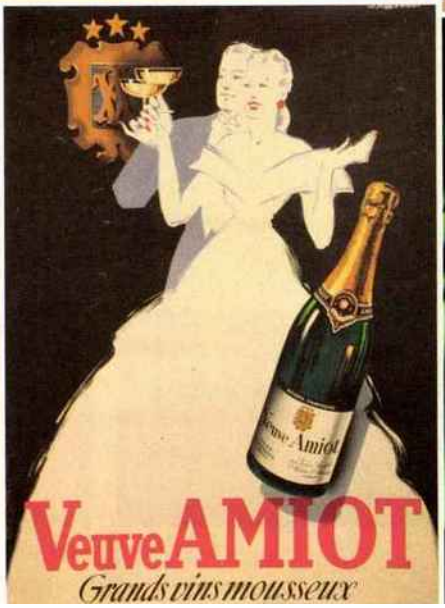
Tous droits réservés à l'éditeur

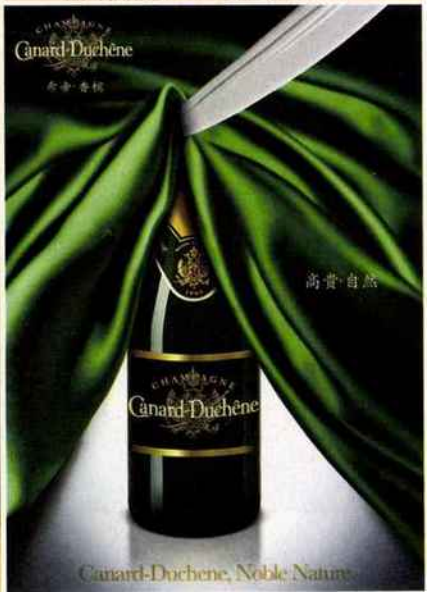












Tous droits réservés à l'éditeur



ALERTE STREAM

MOT-CLE(S)	NICOLAS
CHAINE / STATION	**LCI**
DIFFUSION	**27/03/2020 - 08:12**
DUREE	00:01:46
EMISSION	JOURNAL - 08:00
PRESENTATEUR(S)	SEBASTIEN BORGNAT
INDEXATION	
RUBRIQUE	

Radio

■ SUD RADIO (28/03/20 à 12:29 | 00:26:06) : « IN VINO » *Alain Marty*
L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

France Routes
Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 16829





Date : Avril 2020
Page de l'article : p.70-75
Journaliste : LOÏC FIEUX

SPÉCIALISTE DÉCORS DE SPECTACLE

Paris : le chant du cygne des tracteurs FAR



Stationné derrière l'opéra Garnier, ce tracteur Renault M250 Midliner, qui ne porte plus son immatriculation d'origine, a un PTRA de 32,5 t. Vu en décembre 2019, il a été mis en circulation en juin 1999.

Tous droits réservés à l'éditeur

France Routes
Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 16829

Date : Avril 2020
Page de l'article : p.70-75
Journaliste : LOÏC FIEUX

L'OPÉRA DE PARIS EST L'ULTIME UTILISATEUR PARISIEN DE TRACTEURS FAR, POUR LE TRANSPORT DES DÉCORS, DES TRACTEURS QUI CIRCULENT HORS CRITÈRES D'ÉMISSIONS POLLUANTES. RETOUR SUR UN SYSTÈME D'ATTELAGE QUI A CONNU SON HEURE DE GLOIRE AU DÉBUT DU VINGTIÈME SIÈCLE.



Original, cet ensemble assure le transport des décors de l'Opéra de Paris entre ses théâtres et ses entrepôts, situés sur les boulevards extérieurs. Le chargement est relativement léger, mais il est large et haut.

© Adobe Stock / Loïc Fieux

Tous droits réservés à l'éditeur

France Routes
Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 16829

Date : Avril 2020
Page de l'article : p.70-75
Journaliste : LOÏC FIEUX



Cet Iveco Zeta appartient à une gamme qui s'est effacée avec la sortie de l'Eurocargo en 1991. Elle s'inscrit dans la lignée des camions moyens OM, intégrée à Iveco.



Selon le principe d'attribution des vignettes Crit'Air, les tracteurs de l'Opéra entrent dans la catégorie « non classés ». Ils ont donc besoin d'une dérogation de la mairie de Paris.



Aucun flexible n'est manipulé par le chauffeur. Les connexions électriques et pneumatiques sont établies automatiquement par de simples bornes nues et au moyen de trompettes pour l'air comprimé.

Autrefois largement utilisés par les grands magasins parisiens et pour les services de messagerie de la SNCF, les tracteurs à attelage automatique FAR sont devenus rarissimes. Après l'arrêt des tracteurs des Galeries Lafayette, l'Opéra de Paris en est l'ultime utilisateur parisien, pour le transport de ses décors entre ses théâtres (le palais Garnier dans le IXe arrondissement et l'opéra Bastille dans le XIIe) et leur dépôt situé à la lisière de la capitale. Théâtre d'alternance, l'Opéra de Paris voit en effet se succéder différents spectacles, ce qui oblige à changer fréquemment de décors.

Ces tracteurs assurent ainsi les navettes depuis les ateliers Berthier (Paris XVIIe), où les décors sont fabriqués et stockés, et les deux lieux où sont donnés les spectacles. Le palais Garnier se trouve à moins de 4 km des ateliers, et il faut compter 8 km pour remiser les décors de l'opéra Bastille. Il s'agit donc vraiment de navettes urbaines. En milieu de journée, derrière le palais Garnier côté boulevard Haussmann, on assiste aux mouvements des tracteurs chargés de ce transport si spécialisé. Les véhicules employés sont notamment un Iveco Zeta immatriculé début 1989, donc antérieur à Euro 0, et un Renault M250 de juin 1999, conforme à la norme Euro 2.

Véhicules polluants

Des camions qui, si l'on se fie aux mesures destinées à réduire les émissions dues à la circulation routière prises par la mairie de Paris, ne devraient plus être en service dans la capitale. Selon le principe d'attribution des vignettes Crit'Air, ces deux véhicules entrent dans la catégorie « non classés ». Ils ne disposent d'aucune vignette. Or, depuis janvier 2017, l'accès à Paris est interdit aux véhicules Crit'Air 5 et non classés, de jour et en semaine. Les Crit'Air 4 sont quant à eux interdits depuis le 1er juillet 2019. Les tracteurs de l'Opéra ont donc besoin d'une dérogation pour circuler.

Adaptées aux décors de théâtre, leurs semi-remorques bâchées sont à la fois étroites et hautes. Peu chargés sur leurs ponts moteurs et évidemment dépourvus d'ESP, ces tracteurs ont une certaine tendance à glisser de l'arrière lorsqu'ils roulent en solo sur chaussée mouillée. Leur conduite oblige donc à une certaine dextérité. Les ensembles FAR de l'Opéra de Paris sont ainsi peu à peu devenus une curiosité parisienne. Quant au transport des décors, il pourrait évoluer si le projet de construction d'un

Tous droits réservés à l'éditeur

France Routes
Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 16829

Date : Avril 2020
Page de l'article : p.70-75
Journaliste : LOÏC FIEUX



Les rampes recourbées vers l'arrière participent au fonctionnement de l'attelage automatique en guidant la remorque, tout en accompagnant le mouvement de ses béquilles pivotantes.

"La conduite des tracteurs FAR oblige à une certaine dextérité, et les ensembles sont devenus une curiosité parisienne."



nouveau site de stockage prévu derrière l'opéra Bastille se concrétisait à l'horizon 2022-2023. Il accompagnerait la conversion des ateliers Berthier en cité du théâtre.

Attelage automatique à rampes

Mais revenons à cet attelage particulier. Créé dans l'entre-deux-guerres par le constructeur britannique Scammell et utilisé sur ses tracteurs « cheval mécanique », l'attelage automatique à rampes a été popularisé en France par FAR. Ce sigle réunit les initiales des prénoms du concepteur André Lagache et des frères carrossiers Fritz et Raymond Glaszmann. Ils s'associent à Chenard-et-Walcker en 1920, pour créer la société anonyme des trains (routiers) Chenard-et-Walcker FAR.

Initialement, ces ensembles utilisent l'attelage FAR à colonne, créé par André Lagache et qui connaîtra une assez large diffusion. On le retrouve ainsi sur les petites semi-remorques rail-route UFR (1935-1983). À partir de février 1937, FAR commercialise l'attelage à rampes produit sous licence Scammell. C'est cet attelage sans sellette qui est resté dans les mémoires sous l'appellation « attelage FAR ».

Le clic-clac du transport !

À une époque où les opérations de manutention n'étaient pas encore mécanisées, un véhicule devait rester stationné pendant une longue période lors de ses chargements et déchargements. Dans le cadre de navettes intersites ou de tournées de distribution urbaine, il était alors intéressant d'éviter l'immobilisation d'un porteur en le remplaçant par un tracteur associé à plusieurs semi-remorques. Selon le discours commercial d'alors, l'une était en cours de chargement, l'autre en cours de déchargement, pendant qu'une troisième était acheminée par le tracteur.

L'attelage FAR sous licence Scammell est particulièrement optimisé. Avec lui, le chauffeur n'a pas besoin de descendre de sa cabine pour atteler ou dételer ! Le dételage est déclenché depuis la cabine par un levier, tandis que l'attelage s'obtient par verrouillage automatique. L'intérêt de ce bruyant clic-clac est de comprendre le mouvement automatique de la béquille et les différentes connexions avec la semi-remorque. Ici, les béquilles ne sont pas télescopiques. Elles

Tous droits réservés à l'éditeur

France Routes
Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 16829

Date : Avril 2020
Page de l'article : p.70-75
Journaliste : LOÏC FIEUX

POUR LE CAMIONNAGE URBAIN LE "CHEVAL MÉCANIQUE" F.A.R.

(Dispositifs Brevetés)



© DR/Coll. Loïc Fieux

Le cheval mécanique et son attelage automatique, commercialisés par FAR, se fondent sur une licence Scammell.



© DR/Coll. Loïc Fieux

Vers 1960, la SNCF utilise de nombreuses semi-remorques FAR, carrossées en fourgons (6 t utiles) et tirées par des tracteurs FAR à trois roues. Le tracteur cheval mécanique visible ici a été immatriculé en 1964.

Le chauffeur n'a pas besoin de descendre de sa cabine pour atteler ou dételer : le dételage est déclenché depuis la cabine par un levier, et l'attelage s'obtient par verrouillage automatique.

pivotent vers l'arrière et sont munies de roulettes. Elles sont également orientables, afin de permettre l'attelage ou le dételage sans imposer l'alignement de l'ensemble routier. Quant aux flexibles, ils brillent par leur absence !

Les contacts électriques sont réalisés par des « touchots » (plots). Les liaisons pneumatiques sont assurées par des raccords trompettes solidaires du tracteur, et dans lesquels s'encliquète le circuit pneumatique de la semi. Le centrage est obtenu automatiquement lors de l'attelage, au cours duquel les galets de la semi remontent les rampes que lui présente le tracteur. Alors que l'attelage automatique FAR à colonne s'est éteint avec l'arrêt des semi-remorques rail-route UFR en 1983, l'attelage automatique FAR hérité de Scammell poursuit discrètement sa carrière jusqu'à nos jours.

Emblématique des trente glorieuses

Déjà répandus en France dès les années trente auprès des municipalités, transporteurs, industriels et prestataires divers (secteur de l'énergie, etc.), les ensembles



© DR/Coll. Loïc Fieux

En 1953, FAR lance un nouveau cheval mécanique (à droite), équipé d'une cabine Pelpel et d'un moteur diesel 55 ch, à comparer au moteur essence 45 ch du précédent modèle. Sa cabine est plus accessible car plus basse, tout en disposant d'une surface vitrée supérieure (les vitres de custode apparaissent en 1955). L'aspect du modèle de gauche est resté quasiment inchangé depuis son introduction en 1937.

Tous droits réservés à l'éditeur

France Routes
Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 16829

Date : Avril 2020
Page de l'article : p.70-75
Journaliste : LOÏC FIEUX



À chaque spectacle son décor, ce qui se traduit par le ballet de camions hors d'âge entre les théâtres Berthier (XVIIe arrondissement), Garnier (IXe) et Bastille (XIIe).

routiers avec attelage automatique FAR-Scammell connaissent leur âge d'or entre l'après-guerre et les années soixante-dix. Ils sont alors omniprésents dans l'industrie automobile (Berliet, Chausson, Citroën, Hotchkiss, Peugeot, Renault) et chez ses équipementiers (Dunlop, Ferodo, Kléber-Colombes, Michelin). On les trouve également dans d'autres secteurs industriels (verrerie Arcopal, Motobécane, Moulinex, SKF, Rhône-Poulenc), chez les transporteurs (Calberson, Fraikin, Dumaine, Walbaum), auprès des services publics (commissariat à l'énergie atomique, EDF-GDF, imprimerie nationale, poste et télécommunication, SNCF), au sein des services de livraison des grands magasins (Bon Marché, Printemps, BHV, Galeries Lafayette, Samaritaine), ainsi que chez les grands fabricants et distributeurs de boissons et d'alimentation (Astra, Biscuiterie nantaise, LU, Monoprix, Nestlé, Perrier, Schweppes, vins Nicolas). Service de messagerie de la SNCF, la Sernam a elle aussi été un grand utilisateur de cet attelage.

En 1960, il y a 2 123 tracteurs FAR en circulation en France selon l'INSEE, dont 924 ont déjà plus de dix ans, 595 ont entre cinq et dix ans, et 604 ont moins de cinq ans. Cette situation traduit la robustesse de ce matériel et limite le marché de renouvellement. En 1960, FAR produit 183 tracteurs dont 109 dans la gamme « cheval mécanique ». La gamme est en fait pléthorique, riche de multiples versions non reprises sur les documents commerciaux destinés au public. Contraint au dépôt de bilan et mis en liquidation en août 1972, FAR est repris en 1973 par Fruehauf, qui maintient pour un temps la fabrication des attelages automatiques sous la marque FAR. La production des tracteurs à quatre roues est alors reprise par Saviem, tandis que les chevaux mécaniques (tracteur à trois roues) s'effacent du marché. Les Galeries Lafayette ont compté parmi les derniers utilisateurs parisiens de l'attelage automatique FAR. Et restent donc en circulation ceux de l'Opéra de Paris.

Serma Poids Lourds perpétue la tradition

Devenu exceptionnel, cet attelage est toutefois toujours en production, à dose homéopathique. Serma Poids Lourds, à Viriat dans l'Ain, est le dernier à fabriquer et à installer des attelages automatiques FAR. Ils sont homologués par l'UTAC avec un PTRA atteignant 32 t. Il est nécessaire de connecter manuellement la prise ABS, car il n'a pas été possible d'homologuer les connexions de l'antiblocage en recourant aux plots de contact utilisés pour les autres connexions électriques.

Le nombre d'attelages installés en 2019 se compte sur les doigts d'une main, tandis que quatre commandes d'attelages à livrer en 2020 ont déjà été enregistrées début février. Hors de Paris, l'attelage automatique FAR conserve une poignée de fidèles parmi ses clients historiques, notamment les grands noms de la vente par correspondance installés dans le département du Nord, le fabricant d'eau-de-vie de vin Hennessy à Cognac (Charente) ou encore Michelin à Clermont-Ferrand (Puy-de-Dôme). Aujourd'hui anecdotique, l'attelage FAR correspond plus que jamais à des emplois spécialisés avec exploitation en navette.

TEXTE ET PHOTOS : LOÏC FIEUX

"En 1960, il y a 2 123 tracteurs FAR en circulation en France, et leur robustesse limite le marché de renouvellement."



Immatriculé en 1967 et tirant une semi-remorque dont la caisse a été réalisée par Fréjat, ce tracteur à trois roues cheval mécanique est équipé de la cabine Saviem type 810. Il s'agit d'un FAR CM69B, modèle présenté en décembre 1966 et vendu notamment à la SCETA (SNCF) et à Renault pour leurs camionnages internes.

© DR/Coll. Loïc Fieux

Tous droits réservés à l'éditeur

Radio

■ SUD RADIO (29/03/20 à 12:31 | 00:26:02) : « IN VINO »

Alain Marty

L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

LE FIGARO.fr vin

Date : 31/03/2020
Heure : 15:54:27
Journaliste : Stéphane Reynaud

avis-vin.lefigaro.fr
Pays : France
Dynamisme : 1

Visualiser l'article

Louis-Fabrice Latour : “L'intérêt pour les vins d'appellations régionales et villages va grandir”



Photo : Jean-Christophe Marmara/Le Figaro

A la la tête de la Maison bourguignonne Louis Latour, Louis-Fabrice Latour évoque les conséquences de la crise sanitaire sur le vignoble.
Louis-Fabrice Latour dirige la maison Louis Latour , dont les origines remontent à 1731. Cet influent Bourguignon, qui a succédé à son père en 1999, a poursuivi le développement de l'entreprise avec des acquisitions à Chablis, dans le Beaujolais, en Ardèche... Défenseur acharné des cépages pinot noir et chardonnay, vigneron avisé, porteur d'une vision claire de la Bourgogne et de ce qu'elle doit rester, l'homme représente sa région au sein des institutions viticoles locales et nationales. Dans un entretien au Figaro, il évoque les mesures prises par son entreprise dans le contexte de crise sanitaire et envisage les prochaines semaines.

Le Figaro : Comment la Maison Louis Latour s'organise-t-elle pendant cette crise sanitaire?

Louis-Fabrice Latour : Aujourd'hui, dans le vignoble, il y a beaucoup à faire, surtout avec les risques de gel. Rien a changé, sauf que nous prenons les mesures barrières qui s'imposent. En revanche, toutes les activités administratives sont passées en télétravail. Nos filiales à l'étranger, notamment en Angleterre et aux Etats-Unis, ont elles aussi adopté le télétravail. Et comme beaucoup de mes camarades de Beaune, nous avons arrêté la production il y a 10 jours. Nous ne mettons pas le vin en bouteille, il n'y a personne dans les chais. Nous avons juste deux ou trois personnes qui surveillent les vins. Surtout, nous n'expédions pas en ce moment.

Etes-vous en relation permanente avec les pouvoirs publics?

Tous droits réservés à l'éditeur

Vis-à-vis des pouvoirs publics, nous sommes contents de parler d'une seule voix. En tant que président du Bureau interprofessionnel des vins de Bourgogne (BIVB), je me suis rendu à la réunion sur la continuité économique, dirigée par le préfet, à Dijon, la semaine dernière. Il s'agissait de réaliser un tour d'horizon de tout le spectre de l'activité de la Bourgogne. Il y avait là les représentants du secteur du bâtiment et des travaux publics, le MEDEF, la chambre d'agriculture et l'Interprofession. Nous avons évoqué ensemble l'idée de « chaîne » selon laquelle il faut assurer la continuité de l'activité économique et en même temps protéger ses salariés. Dans la région, tout le monde est bien d'accord sur la nécessité de ne pas se laisser aller économiquement. Et cela depuis depuis 8 jours. C'est un progrès par rapport à il y a deux semaines. Nous appliquons les mesures barrières, mais il faut retourner au travail. Par ailleurs, Nous organisons des réunions téléphoniques deux fois par semaine avec nos amis de Champagne, de la vallée du Rhône, de Bordeaux.... Nous avons commencé la semaine dernière dans le cadre de l'UMVIN (Union des Maisons et Marques de Vin NDLR), dont Michel Chapoutier assure la présidence. Et j'ai mis en place des discussions au niveau du syndicat des négociants. Nous nous parlons une fois par semaine, nous échangeons. Il y a beaucoup de solidarité entre nous.

La situation est bien différente d'une région viticole à l'autre…

D'un point de vue sanitaire, Bordeaux , le sud, sont peut-être moins touchés que des régions comme la nôtre et bien sûr le Grand Est. Chez nous, la reprise motive le personnel. Mais quand tel et tel domaine reprend son activité, il faut que les fournisseurs suivent le mouvement. Nous ne sommes rien sans les bouchons, les bouteilles, ceux qui réparent nos machines. Cela nous oblige à un certain devoir de solidarité.

Aujourd'hui, d'un point de vue commercial, où en êtes-vous?

A l'heure actuelle, les chiffres des opérateurs bourguignons sont bien sûr en légère baisse. Nous avons quelques commandes d'Asie, d'Australie, du Japon. Comme on dit souvent : “Nous sommes un produit de luxe quand ça va bien, et un produit de consommation quand ça va mal.” Nous n'avons pas l'impression que le sol se dérobe sous nos pieds.

Est-ce que vous envisagez des pistes pour l'avenir d'un point de vue commercial ?

Les gens continuent à consommer du vin en ce moment, ce n'est un secret pour personne. Les ventes au détail à travers le monde, comme aux Etats-Unis, représentent 10 à 15% de hausse.

Cette hausse de la consommation de vin au détail compense-t-elle la baisse de la consommation dans l'hôtellerie, dans les restaurants ?

A court terme, oui. Pas à moyen terme. A court terme, Il y a une consommation à domicile qui reste forte. Les gens ouvrent les bonnes bouteilles de leur cave. Et ils s'inquiètent quand elle est vide. Les cavistes sont ouverts. Les magasins Nicolas rouvrent partiellement. Les ventes au détail fonctionnent plutôt bien. Dans un premier temps, cela compense ce qui ne se boit pas au restaurant. Et dans la période de sortie de crise, chacun va consommer. Mais à l'automne, ce que je crains, c'est que nous retrouvions ces restaurateurs, ici et surtout aux Etats-Unis, qui auront perdu leur personnel, leur pas de porte. Tous ces restaurants n'auront plus d'argent pour acheter des vins et seront démoralisés. Je redoute l'automne prochain, aussi bien en France qu'à l'étranger. La situation risque d'être alors plus difficile avec le moral des Français en berne, une chute du PNB et des revenus des ménages, des restaurants en difficultés.

Tous droits réservés à l'éditeur

Comment, au niveau de votre entreprise, pouvez-vous pallier ce drame potentiel du deuxième semestre ?

Nous ne voulons surtout pas prendre de décisions tout de suite. D'abord, nous ne savons pas où nous en sommes par rapport au gel. La nature a rarement été aussi précoce. L'Ardèche a gelé la semaine dernière, abimant une partie importante de la récolte du chardonnay. La semaine dernière, nous avons déjà allumé les bougies dans les vignes. Il me paraît difficile de prendre des décisions avant d'évaluer la récolte, son ampleur. Si nous avons une grosse récolte les cours baisseront. Nous pourrons rebondir et revenir sur les marchés d'une manière beaucoup plus agressive. Mais si la récolte est de nouveau faible comme l'année dernière… Nous sommes bien s û r inquiets, tout en sachant que l'économie ne va pas disparaître.

Certains changements sont en train de se réaliser, de s'accélérer, notamment du point de vue numérique. Avec la crise sanitaire, le digital a pris, ces derniers temps, une importance encore plus grande. Faut-il le prendre en compte ?

Bien sûr, mais la vente sur le web en France correspond à un petit pourcentage du marché. Nous n'en profitons pas tant que cela. C'est un épiphénomène. Cela reste encore marginal.

Au sortir de la crise sanitaire, le marché du vin sera-t-il changé ?

Oui, le marché va être modifié, surtout en Bourgogne, qui est une région chère. Les gens vont boire les bonnes bouteilles de leur cave mais je ne les vois pas en racheter. La restauration ne va pas être en état de marche avant un an et les gens comme nous qui y vendons beaucoup de vin au verre vont souffrir. La consommation va certainement se déplacer vers des vins plus accessibles en terme de prix. Nous voyons que les amateurs qui ont l'habitude d'acheter des bouteilles à 50€ achètent plutôt deux bouteilles à 25€. Il va y avoir plus d'intérêt pour les appellations régionales et les appellations villages, proposées à des prix plus abordables, à moins de 30€. Je vois aussi un beau succès pour nos vins d'Ardèche pour lequel l'intérêt grandit.

Tous droits réservés à l'éditeur

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

AVRIL 2020



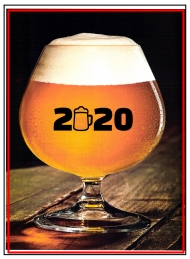
Omnicom
Public
Relations
Group


VAL DE LOIRE
VINS DU MONDE
ESPACE CADEAUX
NICOLAS
4 bouteilles = 22€

PRODUITS

Bière Magazine
Pays : FR
Périodicité : Trimestriel





Date : Printemps - ete 2020
Page de l'article : p.70-78
Journaliste : Emmanuel Gillard

Tous droits réservés à l'éditeur

Bière Magazine
Pays : FR
Périodicité : Trimestriel

Date : Printemps - ete 2020
Page de l'article : p.70-78
Journaliste : Emmanuel Gillard

DOSSIER

Les chiffres de la bière en France

Nombreux sont les articles de presse qui parlent de l'effervescence du secteur brassicole français. Mais qu'en est-il exactement et quel est le poids réel de la filière bière dans l'économie française ?

→ par **Emmanuel Gillard** - *Projet Amertume*

Qui dit «*économie*» implique des chiffres et des statistiques. On peut alors se questionner sur le fait de savoir quels sont les principaux organismes français produisant et publiant ces informations ? Enquête.


Bureau du SNBI crée en avril 2016.
© Randy

L'origine des chiffres et des statistiques

L'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee) est chargé de la production, de l'analyse et de la publication des statistiques officielles en France. Force est de constater que peu de données spécifiques au monde brassicole y sont publiées. Les Douanes produisent également des statistiques, en particulier concernant les volumes de production, les importations et les exportations.

L'association Brasseurs de France est, quant à elle, le seul organe statistique du marché reconnu par les ministères de l'Économie et de l'Agriculture sur la bière, en raison de sa représentativité en volume, de la diversité de ses adhérents et de l'historicité de son travail. Il en est de même pour les statistiques liées à l'emploi où Brasseurs de France est également le seul syndicat reconnu par le ministère du Travail. Cette association professionnelle est donc souvent à l'origine des chiffres publiés dans la presse tout au long de l'année, comme ceux - il faut le souligner - proposés par Brasseurs d'Europe concernant la France.
Le Syndicat National des Brasseurs Indépendants (SNBI) n'est pas en reste, et fournit également de nombreux chiffres liés à son périmètre, à savoir les brasseries françaises indépendantes produisant moins de 200 000 hectolitres par an.
Concernant l'orge brassicole et la production de malt, les données proviennent de Malteurs de France, un syndicat professionnel qui défend les intérêts de la malterie française et promeut le développement mondial de l'industrie du malt.


Stand Brasseurs de France 2017 CGA.
© A.Papain

Tous droits réservés à l'éditeur

Bière Magazine
Pays : FR
Périodicité : Trimestriel

Date : Printemps - ete 2020
Page de l'article : p.70-78
Journaliste : Emmanuel Gillard



Assises du houblon en 2019.

© DR



Pour la filière houblon, des statistiques sont régulièrement produites par l'association Houblons de France.
Enfin, le site «*Projet Amertume*» publie annuellement un eBook dressant un panorama de la bière en France. Outre la création de données chiffrées et graphiques (évolution du nombre de brasseries françaises, carte des brasseries, etc.), l'objectif est également de concaténer l'ensemble des statistiques disponibles pour en tirer des tendances.

Les acteurs du marché brassicole français

La France compte actuellement (au jour de rédaction de cet article, fin février 2020) plus de 1 800 unités de production de bières, dont environ 85 % ont moins de cinq ans. Toutes n'ont cependant pas le même poids économique.
Trois grands groupes brassicoles dominent le monde de la bière en France. Le belgo-brésilien AB-InBev (Hoegaarden, Leffe, Stella Artois, Corona, etc.) qui ne dis-


Les anciennes cuves de brassage de la brasserie Affligem, groupe Heineken.

© Heineken France.

Tous droits réservés à l'éditeur

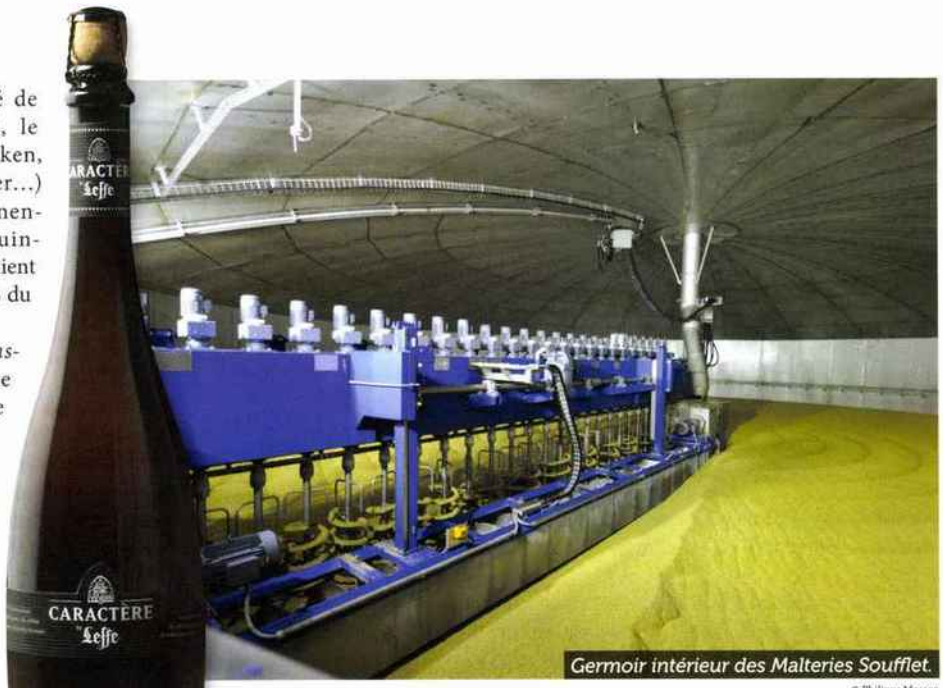
Bière Magazine
Pays : FR
Périodicité : Trimestriel

Date : Printemps - ete 2020
Page de l'article : p.70-78
Journaliste : Emmanuel Gillard

pose pourtant d'aucune unité de production dans l'hexagone, le néerlandais Heineken (Heineken, Pelforth, Desperados, Fischer...) et le danois Carlsberg (Kronenbourg, 1664, Grimbergen, Guinness...). Ces trois géants contrôlaient à eux seuls en 2018 environ 92 % du marché français.

À côté des trois principaux « *mastodontes* » de la bière, il existe une dizaine d'acteurs de taille moyenne, parfois orientés vers les MDD (marques de distributeurs) et le « *hard discount* ». On peut citer la Brasserie de Saint-Omer (Financière ACP), la Brasserie de Champigneulles (groupe allemand TCB), la Brasserie Licorne (groupe allemand Karlsberg), la brasserie indépendante Meteor, la brasserie Goudale (Financière ACP), la brasserie Pietra ou encore Ninkasi Fabriques. Signalons que bien que ne disposant pas de site de production en France, le groupe Bavaria se classe également dans cette catégorie.

Le reste des acteurs sont des petites brasseries qui ont essaimé sur l'ensemble du territoire français ces dernières années.



Germoir intérieur des Malteries Soufflet.
© Philippe Masson

Le poids de la bière dans l'économie

La filière agro-alimentaire brassicole est un acteur majeur de par son poids agricole et ses circuits de distribution. Elle emploie, en effet, près de 128 500 personnes pour un chiffre d'affaires de 15 milliards d'euros.

Sur les quelque 11 millions de tonnes d'orge récoltés en 2018, la France avait produit quatre millions de tonnes d'orges de brasserie, cultivés sur 1,7 million d'hectares et se classait au deuxième rang des exportateurs mondiaux d'orges de brasserie.

La France est le premier exportateur de malt au monde depuis 1967, avec 1,5 million de tonnes produites en 2018, dont près de 80 % sont destinées à l'exportation.


Maîtres brasseurs Kronenbourg.
© Photo Anne Milloux


Malts en germination.


Malteurop, les Bag all.
© DR

Tous droits réservés à l'éditeur

Bière Magazine
Pays : FR
Périodicité : Trimestriel

Date : Printemps - ete 2020
Page de l'article : p.70-78
Journaliste : Emmanuel Gillard



Le malt une fois concassé.

Au total, 20 % des bières brassées dans le monde le sont à partir d'orges de brasserie français.
La France contribue à hauteur de 30 % des échanges mondiaux de malt. Les principaux marchés d'exportation de la malterie française sont, pour près de 30 %, l'Union Européenne et l'Afrique et, pour près de 20 %, l'Asie et l'Amérique du Sud.

Chiffre d'affaires de la fabrication de la bière

En juin 2019, le Syndicat National des Brasseurs Indépendants avançait un chiffre d'affaires de 500 millions d'euros pour les brasseries indépendantes, avec une croissance moyenne du marché de 16 % par an.
En 2018, le chiffre d'affaires des producteurs de bière s'élevait à 3,9 milliards d'euros.

Emploi

En juin 2019, le Syndicat National des Brasseurs Indépendants estimait que les brasseries indépendantes représentaient près de 80 % des emplois directs de la filière brassicole, soit environ 5 600 emplois sur un total de 7 094. En croisant ces chiffres avec ceux du volume de production des brasseries indépendantes, on aboutit à une moyenne d'un emploi pour 280 hectolitres produits.
Le SNBI précisait également que le rythme de création des emplois pour les brasseries indépendantes était de onze par semaine.
Brasseurs de France a annoncé dans un communiqué de presse diffusé le 21 mai 2019 que près de 600 nouveaux emplois avaient été créés au cours de l'année 2018. L'association estimait aussi que 18,8 % des emplois de l'agro-alimentaire en 2018 avaient été



Test sur bière.



L'emploi dans les grandes brasseries industrielles, ici un ouvrier.

créés par la brasserie française. Le secteur totalisait alors 7 094 emplois directs, dont 4 000 pour les sept plus grosses entreprises, ce qui semble peu conciliable avec les chiffres énumérés plus haut par le SNBI. Et d'ajouter que la dynamique de la filière était excellente, puisqu'avec 128 481 emplois directs et indirects, elle comptait 17 emplois indirects pour un emploi direct, ce qui représente un des ratios les plus élevés du secteur agro-alimentaire.
Toujours en 2018, le SNBI annonçait que les brasseries indépendantes et artisanales françaises généraient 60 fois plus d'emplois directs que les industriels. 99 % des sites brassicoles sont alors des brasseries indépendantes et artisanales.

Voici un tableau montrant l'évolution du nombre d'emplois directs de la filière brassicole française entre 2012 et 2018 :

2012	3900
2013	4000
2014	4100
2015	4300
2016	5800
2017	6500
2018	7080



Les brasseries artisanales sont aussi pourvoyeuses d'emplois.

Tous droits réservés à l'éditeur

Bière Magazine
Pays : FR
Périodicité : Trimestriel

Date : Printemps - ete 2020
Page de l'article : p.70-78
Journaliste : Emmanuel Gillard

La fiscalité

En 2018, le montant des charges sociales, taxes et impôts du secteur de la production et de la vente de bière était estimé à 1,13 milliard d'euros.
Des droits d'accises spécifiques s'appliquent pour les bières, en fonction du volume produit et du degré alcoométrique. Toujours en 2018, ces droits d'accises spécifiques à la bière ont rapporté à l'état français la bagatelle de 950 millions d'euros…

Voici un tableau montrant l'évolution des revenus annuels (en millions d'euros) liés aux droits d'accises spécifiques à la bière en France :

2012	307,83
2013	670,33
2014	863,63
2015	831,18
2016	854,48
2017	950,00
2018	950,00

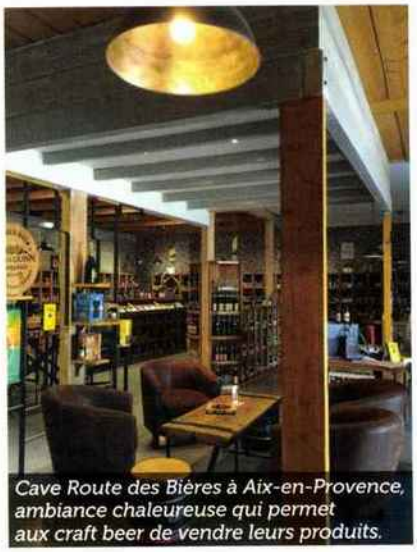
Nous constatons une forte augmentation en 2013 due à la hausse des droits d'accises sur la bière de 160 % au 1er janvier 2013. Ceci a d'ailleurs abouti au doublement du nombre de brasseries fermées en 2013 par rapport aux années adjacentes.
En 2017, la bière représentait 32 % du marché européen des boissons mais contribuait à hauteur de 45 % des taxes sur les boissons.
Comme le notait un rapport de la Cour des comptes de 2016, la fiscalité française est davantage orientée vers une protection de la production nationale (la France étant une grande nation vinicole) que vers des objectifs de santé publique. Ainsi, les vins représentaient 60 % des boissons alcoolisées consommées en France, mais seulement 3,6 % du droit d'accise. En théorie, les taxes devraient être liées au degré d'alcool, mais ce n'est pourtant pas le cas pour les vins.

Les circuits de distribution

Pour vendre leurs bières, les plus petites unités de production se raccrochent, à juste titre, à un marché purement régional.
Ainsi, pour de nombreuses pico brasseries, la vente directe à emporter et la commercialisation sur les marchés locaux constituent les principales sources de revenus. Il est également possible d'utiliser les magasins de produits régionaux ou même les supermarchés locaux.
Les choses se compliquent dès que l'on veut trouver des débits de boissons pour écouler sa production. Même si cela paraît intéressant, un produit artisanal offrant souvent une belle marge financière au commerçant, celui-ci se trouve fréquemment lié par des contrats de brasserie lui imposant de ne commercialiser que les bières d'une brasserie, le plus souvent en échange de prêts financiers. Jouer la carte des ingrédients régionaux (plantes, alcool, miel, etc.) est certes intéressant dans ce contexte mais au risque d'avoir un peu l'impression qu'on fabrique parfois des bières avec n'importe quoi ; le composant régional étant censé dominer le goût d'une bière souvent peu osée.

Si le brasseur désire vendre ses produits en dehors de sa zone géographique d'origine, il pourra s'appuyer sur un réseau national de caves à bières qui ont essaimé ces vingt dernières années. Il s'agit d'ailleurs d'une autre caractéristique française que ces établissements ne vendant pour ainsi dire que de la bière. Dans de nombreux autres pays, les cavistes commercialisent une palette complète de références (vins, bières, cidres, alcools). En France, grâce à une forte tradition viticole et à cause d'une image de marque de la bière qui reste à améliorer, les cavistes ont longtemps rechigné à offrir une partie de leur surface pour commercialiser notre breuvage houblonné préféré. Il était donc logique qu'une offre de caves dédiées à la bière se mette en place.


Un bar propose un grand choix de bières, ici à l'Absinthe, à Olivet.


Cave Route des Bières à Aix-en-Provence, ambiance chaleureuse qui permet aux craft beer de vendre leurs produits.


Le bar à la French Beer Factory : des couleurs chaudes sources de bien-être.

Cependant, depuis 2015, les cavistes traditionnels ont senti l'engouement pour ce produit qui y trouve enfin la place méritée. En 2017, 400 cavistes en France réalisaient au moins 80 % de leur chiffre d'affaires avec une offre de bières. En 2019, la chaîne de cavistes Nicolas (groupe Castel) lançait « *Craft Beers & Cie* », un nouveau concept dédié à la bière artisanale, montrant ainsi que même les plus réticents étaient dorénavant séduits par l'essor du phénomène craft beer en France.

Avec le développement de la bière artisanale, des réseaux de distribution spécifiques se sont mis en place. Ces distributeurs spécialisés n'ont pas vocation à commercialiser les mêmes références que les géants du secteur, en tête desquels France Boissons, propriété d'Heineken depuis 1987. Ces nouveaux

Tous droits réservés à l'éditeur

Bière Magazine
Pays : FR
Périodicité : Trimestriel

Date : Printemps - ete 2020
Page de l'article : p.70-78
Journaliste : Emmanuel Gillard


Cave du veilleur de Bières : des repères pour trouver les bières que l'on cherche.

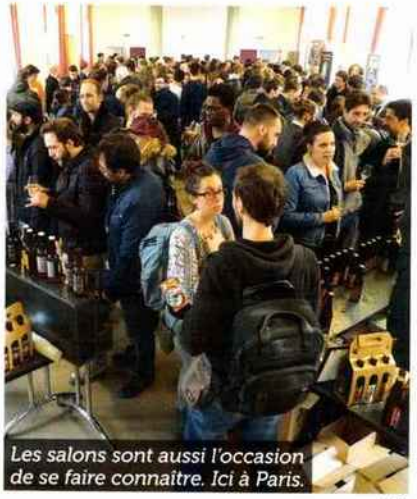
acteurs se doivent de maîtriser les codes de la bière craft pour avoir un discours crédible. On peut citer DBI (Distributeur des Brasseurs Indépendants), Craft Beer France, Guru Beer ou encore le tout récent Fabulous French Brasseurs (FFB), une plateforme nationale de brasseries régionales (Brasserie de Bretagne, Brasserie Artisanale du Sud et Brasserie de Vézelay) visant la mise en place de synergies commerciales, tout en conservant l'identité et l'implantation des différentes brasseries. Si ces acteurs ont une carrure nationale, il existe également des distributeurs à vocation régionale, à l'instar de Dauphi Bières (Dauphiné et Rhône-Alpes), Bière des Régions (Auvergne-Rhône-Alpes). Depuis 2010, les sites de ventes en ligne de craft beers essaiment et permettent au consommateur de commander des références parfois disponibles uniquement sur leur lieu de production. Ce phénomène a encore pris de l'ampleur en 2016, avec une bonne dizaine de nouveaux sites dédiés à la bière artisanale. Ces plateformes de distribution représentent ainsi une vraie opportunité pour les brasseurs qui ne disposent pas de vente en ligne, et parfois même de site internet. Cet engouement n'a d'ailleurs pas échappé aux géants industriels, le site Saveur Bière ayant été racheté en mars 2016 par AB-InBev, numéro un de la bière dans le monde. Des dizaines d'autres sites sont cependant restés indépendants, certains se spécialisant dans des « *box bières* » dont le concept est de proposer tous les mois un assortiment de références différentes, le plus souvent autour d'un thème spécifique.


Dans les rayons des grandes surfaces, les brasseries artisanales sont peu représentées.

En France, la distribution de la bière est réalisée aux travers de deux canaux principaux :
- La distribution alimentaire (grandes surfaces, hard discount, magasins de proximité, etc.).
- La distribution hors foyer (cafés, hôtels, restaurants).

La part de la distribution alimentaire ne cesse de croître (+ 5.5 % entre 2011 et 2017). Fin 2019, Maxime Costilhes, délégué général de Brasseurs de France, estimait que la part du réseau alimentaire était sur-évaluée, et avançait un chiffre en progression autour de 65 % des volumes, contre 20 % pour le CHR et 15 % pour les réseaux divers (festivals, vente directe, concerts, etc.).
En juin 2019, le Syndicat National des Brasseurs Indépendants dressait un tableau complet des circuits de distribution des brasseries indépendantes :


Cave BeerZ avec la caviste Christèle Zamprogno, passionnée par son métier.


Les salons sont aussi l'occasion de se faire connaître. Ici à Paris.
© DR

Tous droits réservés à l'éditeur

Bière Magazine
Pays : FR
Périodicité : Trimestriel

Date : Printemps - ete 2020
Page de l'article : p.70-78
Journaliste : Emmanuel Gillard

- 75 % pratiquent la vente directe à la brasserie;
- 80 % écoulent leur production dans des commerces locaux;
- 75 % par le biais de cavistes;
- 45 % lors de fêtes et de marchés locaux;
- 52 % dans le réseau CHR (cafés, hôtels, restaurants);
- 22 % en grande distribution;
- 30 % en passant par des distributeurs;
- 11 % écoulent une partie de leur production à l'export;
- 15 % réalisent de la vente en ligne.

Voici un tableau montrant l'évolution de la part des circuits de distribution entre 2012 et 2018 (source: Brewers of Europe).

2012	ON	23
	OFF	77
2013	ON	21
	OFF	79
2014	ON	20
	OFF	80
2015	ON	20
	OFF	80
2016	ON	20
	OFF	80
2017	ON	20
	OFF	80
2018	ON	20
	OFF	80

ON = on-trade (pubs, clubs, bars, restaurants,...). OFF = off-trade (magasins, supermarchés et autres points de vente).

Selon le cabinet de conseil Xerfi, les microbrasseries restent cependant sous-représentées dans les linéaires des grandes surfaces. Par exemple, dans les supermarchés Auchan, sur les 263 marques commercialisées en 2018, à peine une soixantaine est artisanale.

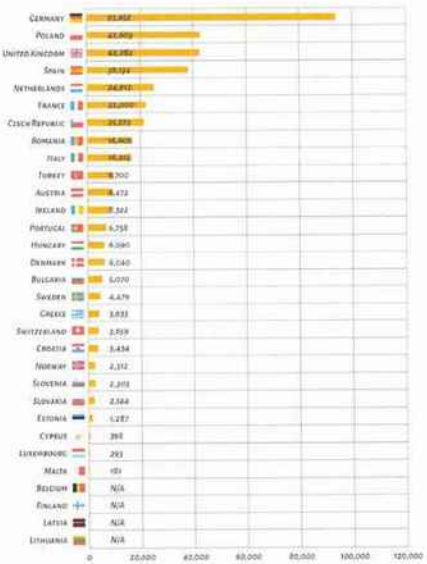
Production de bière

En juin 2019, le Syndicat National des Brasseurs Indépendants estimait le volume annuel de production des brasseurs indépendants à 1 350 000 hectolitres, ce qui correspondait à une moyenne de 800 hectolitres par brasserie indépendante.

Pour répondre à la hausse de la demande, les deux leaders du marché annonçaient début 2019 un renforcement de leur outil industriel. Kronenbourg se dit prêt à ajouter une ligne de production supplémentaire sur son site d'Obernai. Les travaux ont débuté mi-2019 pour un investissement de 45 millions d'euros. Heineken a annoncé un plan similaire pour sa brasserie La Valentine à Marseille moyennant 30 millions d'euros. Et ajoute 6 millions d'euros pour brasser sa bière sans alcool Heineken 0.0 à Schiltigheim (Bas-Rhin).

En 2018, la production française avoisinait les 22 000 000 hectolitres tandis que la production de l'Union européenne dépassait les 400 000 000 hectolitres.

La France se classait alors en sixième position au niveau européen:



Production de bière (en 1 000 hl) en 2018 (source: The Brewers of Europe).

Voici un tableau montrant l'évolution de la production française entre 2012 et 2018.

2012	17 600
2013	18 300
2014	19 850
2015	20 300
2016	20 650
2017	21 000
2018	22 000

Production française (en 1 000 hl) entre 2012 et 2018 (source: The Brewers of Europe).

Consommation

Dans un communiqué de presse diffusé le 21 mai 2019, Brasseurs de France annonçait une consommation 2018 de 23,5 millions d'hectolitres, en hausse de 4.2 %, dont 5 % en GMS et 1.8 % en CHR. Cette croissance était principalement attribuée à une climatologie exceptionnelle. La France se hisse ainsi à la cinquième place européenne concernant la consommation de bière sur son marché intérieur.

Voici un tableau montrant l'évolution de la consommation française entre 2012 et 2018:

2012	19 941
2013	19 421
2014	19 956
2015	20 600
2016	21 190
2017	21 500
2018	23 500

Consommation française (en 1 000 hl) entre 2012 et 2018 (source: The Brewers of Europe).



Les cafés-hôtels-restaurants proposent de plus en plus un choix de bières, même les plus hauts de gamme.

Tous droits réservés à l'éditeur

Bière Magazine
Pays : FR
Périodicité : Trimestriel

Date : Printemps - ete 2020
Page de l'article : p.70-78
Journaliste : Emmanuel Gillard

Avec une consommation annuelle proche de 33 litres par an et par habitant en 2018, la France se classe en queue de peloton du marché européen.

Après une chute d'environ 1 % par an pendant 30 ans, la consommation par habitant s'est enfin stabilisée en 2013-2014, avant de repartir de plus belle à la hausse.

2012	31
2013	30
2014	30
2015	31
2016	32
2017	33
2018	33

Consommation française par habitant (en litres) entre 2012 et 2018 (source: The Brewers of Europe).

Localisation des brasseries françaises

Si l'on observe la carte des brasseries en France métropolitaine, on constate ainsi que le phénomène des microbrasseries se répartit maintenant sur l'ensemble du territoire de la France métropolitaine. Il n'y a plus de désert brassicole!

On remarque malgré tout une forte concentration sur les zones traditionnellement brassicoles, comme le Nord Pas-de-Calais et l'Alsace-Lorraine.

En 2018, la région Grand Est, avec plus de 50 % de la production française, confirmait sa position de leader en volumes en France. Avec 7,1 millions d'hectolitres produits en 2016, soit 33.5 % de la production nationale, le Nord-Pas-de-Calais et la Picardie se hissaient à la deuxième place des régions brassicoles de France, derrière l'Alsace.

La Bretagne et la Région Auvergne-Rhône-Alpes sont également devenues des zones de forte concentration de brasseries. Mais, même le sud de la France s'en sort bien.

Commerce extérieur

En 2018, les importations françaises étaient en hausse d'environ 4 %, autour de 8 millions d'hectolitres.

Voici un tableau montrant la progression constante des importations françaises (en 1 000 hl) entre 2013 et 2017 (source: Brewers of Europe).

2013	UE	5984
	Hors UE	212
2014	UE	6526
	Hors UE	237
2015	UE	6900
	Hors UE	245
2016	UE	7340
	Hors UE	308
2017	UE	7387
	Hors UE	309

En 2018, les exportations étaient en baisse, pour atteindre 6.5 millions d'hectolitres.

2013	UE	4441
	Hors UE	662
2014	UE	5930
	Hors UE	769
2015	UE	6100
	Hors UE	820
2016	UE	6050
	Hors UE	950
2017	UE	5 696
	Hors UE	1072

Évolution des exportations françaises (en 1 000 hl) entre 2013 et 2017 (source: Brewers of Europe).



Localisation des brasseries françaises.

© Janvier 2020, source: Projet Amertume

Certaines brasseries françaises réalisent cependant l'essentiel de leur activité à l'exportation. On peut citer la brasserie de Saint-Omer et la brasserie de Champigneulles, appartenant au groupe allemand TCB, qui se sont spécialisées dans les produits destinés au secteur européen du hard discount.

C'est un des paradoxes du secteur français de la bière. Malgré les lourds investissements consentis par les industriels qui embauchent à nouveau, malgré l'essor important du nombre de microbrasseries avec environ une nouvelle unité par jour depuis le début de l'année 2019, les capacités de production actuelles ne suffisent plus à satisfaire la demande intérieure grandissante.

De ce fait, une partie non négligeable de cette croissance bénéficie aux importateurs. Et comme les exportations françaises sont essentiellement basées sur les marques de distributeurs (MDD), secteur où les prix et les marges sont faibles, le déficit commercial du secteur brassicole français ne cesse de se creuser ces dernières années.

Derrière cette flopée de chiffres et de statistiques un peu indigeste – nous vous le concédons – nous pouvons sans conteste tirer la conclusion que l'économie de la filière brassicole française se porte dorénavant bien, après des années de disette.

Tout n'est certes pas rose, mais la dynamique positive enclenchée ne semble pas prête de s'inverser. Le début d'une renaissance et d'une belle aventure? ●

Tous droits réservés à l'éditeur

www.gourmetsandco.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Lorgeril et ses domaines en Languedoc. Un festival de rosés.



Partant à l'origine du Château de Pennautier sur l'appellation Cabardes, les Lorgeril, Miren et Nicolas, ont choisi l'extension de leurs divers domaines vers des zones de piémont, à savoir des vignes qui bénéficient de la fraicheur des montagnes et de la chaleur méditerranéenne. Ils sont aujourd'hui à la tête de six domaines répartis dans les différentes appellations du Languedoc.
Sur ces terres de chaleur, le rosé est devenu au fil du temps les vins qui donnent le souffle de chacun des domaines ou presque. Le château de Pennautier, l'ancêtre si l'on peut dire, est à quelques kilomètres de Carcassonne, sur les premiers contreforts de la Montagne Noire, alliant la chaleur classique de la région et la fraicheur de la montagne. Situé dans une sorte de couloir qui s'ouvre sur l'Atlantique (on est sur le partage des eaux) et qui en reçoit les vents, on trouve ainsi des cépages aquitains comme le merlot, le cabernet-franc, et le malbec.

Sélection et Coups de cœur

Château de Pennautier

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



AOP Cabardes, rosé, 2019.
Cépages : merlot, grenache, cinsault, syrah.

Elevage en cuves. Robe claire comme le veut la mode, un nez un peu neutre mais en bouche, beaucoup de fraicheur et de finesse. Un très bon rapport qualité/prix. 7,60 € chez Nicolas. **Existe en série limitée** pour un rosé de saignée avec élevage en cuves et en barriques (5%). 10,70 € chez Cavavin.
11610 Pennautier
contact@lorgeril.com

Tous droits réservés à l'éditeur

www.gourmetsandco.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article



Château de Caunettes



Tous droits réservés à l'éditeur

www.gourmetsandco.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

AOP Cabardes, rosé, 2019
Cépages : grenache, cinsault, syrah

Proche de Pennautier mais sur des sols calcaire et d'argile en profondeur. On y retrouve le travail d'équilibre et d'alliance entre les cépages atlantiques et les méditerranéens. Pari réussi avec ce rosé de saigné de belle allure. Une bouche très élégante et fine, mais avec une belle rondeur cependant, et toujours ce fond d'agrumes fort agréable. Beau travail et excellent à l'apéritif. 7,60 € chez les cavistes.
www.lorgeril.wine



Domaine de la Borie Blanche

Tous droits réservés à l'éditeur

www.gourmetsandco.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article



AOP Languedoc, rosé, 2019
Cépages : grenache, cinsault, syrah

Ici, en cette partie du Languedoc, ce sont les romains qui développèrent les vignes, le long de la via qui reliait alors Arles à Toulouse. Comme souvent chez Lorgeril, nous sommes sur les hauteurs (200 à 300 mètres), sur des sols de schistes.
Elevage en cuves. Teinte claire à nouveau, et toujours cette fraicheur éclatante qui en fait un des charmes des rosés de Lorgeril, quel que soit le domaine. Une constante aussi sur des belles notes d'agrumes. Un grand rosé, idéal à l'apéritif ou sur les spécialités méditerranéennes. 10,00 €, chez Monoprix et Casino.
contact@lorgeril.com

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Domaine de Garille

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



IGP Cité de Carcassonne, rosé, 2019
Cépages : cinsault, grenache

Le plus ancien domaine de la famille remonte à 1935 qui fut rénové en 1998 abrite aujourd'hui des gites de charme au cœur des vignes de l'appellation Cabardès. Le gris de Garille est né sur les coteaux proche de Carcassonne et de la Moàntagne Noire. Elevé en cuves, il offre une couleur très claire, avec une belle fraicheur en bouche associée à des notes d'agrumes. Un joli petit vin rosé qui ira bien avec des salades d'été ou à l'apéritif. 7 € chez Cavavin et cavistes indépendants.
www.lorgeril.wine

Tous droits réservés à l'éditeur



CORPORATE

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Rvi
Le premier magazine économique professionnel du vin
Pays : FR
Périodicité : Bimestriel




Marussia Beverages acquiert la distillerie Ittutsky en Russie
Nicolas poursuit son développement à l'international

Date : Mars - avril 2020
Page de l'article : p.31
Journaliste : NT

Nicolas poursuit son développement à l'international



Avec plus de 500 magasins en propre en France, Nicolas poursuit son développement à l'international et ouvre deux franchises supplémentaires en Espagne (Marbella) et en Chine (Taïwan). Nicolas compte à présent 8 pays franchisés. Pionnier dans l'implantation de caves de proximité, Nicolas représente avec ses 558 magasins en propre, le premier réseau de cavistes de l'hexagone. Après avoir eu pour objectif de garantir une expérience unique de dégustation, un conseil personnalisé et une proximité de service optimal à chacun de ses clients partout en France, l'enseigne Nicolas mise sur une nouvelle stratégie de développement: ouvrir son réseau dans de nouvelles zones à l'international.

Dans ce contexte, Nicolas ouvre deux franchises à Taïwan et à Marbella en Espagne. La première a ouvert ses portes en octobre dernier et la seconde en fin d'année. Le réseau de franchise de Nicolas arrive désormais à 8 pays franchisés et 2 DOM-TOM (Royaume-Uni, Liban, île de la Réunion, île Maurice, Madagascar, la Guyane, la Martinique et Maroc). ■

> NT

Tous droits réservés à l'éditeur



CORPORATE

COVID-19

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Visualiser l'article

Déployer des stratégies de survie



Les chiffres de l'Insee sont sans appel : la mise sous “cloche” d”une grande partie de l'économie française pour combattre la propagation du Covid 19 entraine une baisse de 36% de l'activité économique.
Force est de constater un véritable séisme, d'une société en ébullition permanente, nous sommes désormais à l'arrêt. Nous sommes plongés dans une crise de l'offre, les commerces sont pour la plupart fermés et une crise de la demande, nos concitoyens qui sont confinés ont réduit drastiquement leurs achats. Les Echos du 9 avril relève par ailleurs “De façon générale, les dépenses effectuées dans les magasins ont reculé de 60 % depuis le confinement. Celles sur Internet ont aussi baissé de 20 %”.

Le choc de la pandémie et ses conséquences désastreuses pour le Commerce commencent à être digérés, un tout petit peu. Nous sommes entrain de vivre une sorte de “phase 2”. Sauver ce qui peut l'être, le business, les emplois, la relation client, ce fameux lien qui unit le commerçant et son client. Des stratégies de survie fleurissent un peu partout, une partie du commerce se réorganise en intégrant toutes les contraintes COVID 19. Créativité, agilité pour créer plus de résilience.

Tous droits réservés à l'éditeur

Passer en mode “lab”
L'enjeu est d'accueillir les nouvelles contraintes provoquées par la pandémie pour protéger collaborateurs et clients. C'est le choix de certains grands acteurs de la restauration rapide. Depuis le 2 avril, une quinzaine de restaurants McDonald's s'organisent en mode “ contactless”. De la vente à emporter et des livraisons uniquement. Mcdonald's France s'est appuyé sur un comité scientifique (virologues, médecins et salariés) pour dessiner une nouvelle organisation de ses restaurants. Un laboratoire pour digérer les nouvelles contraintes, imaginer de nouvelles règles, les tester sur le terrain pour envisager ensuite de les déployer sur l'ensemble de son parc de restaurants. Les groupes Pizza Hut et KFC ont eux aussi adopter cette stratégie « 100% sans contact ».

Passer en mode agile
Norauto a lancé “ SOS Norauto ” début avril, un service d'intervention d'urgence pour deux produits “essentiels” dans une cinquantaine de ses garages. En cas de panne de batterie ou de crevaison,un collaborateur de l'enseigne vient alors dépanner ou livrer à domicile dans le respect des règles de sécurité sanitaire après une demande d'intervention en ligne .

Chez le caviste Nicolas , les magasins vont rouvrir progressivement. Lors de la période de fermeture (décidée par Nicolas), un plan “sécurité sanitaire” a été élaboré et testé dans les magasins volontaires. Désormais, les magasins Nicolas prévoient notamment de faire entrer un client à la fois dans le magasin (interdiction pour les clients de toucher les bouteilles), et de n'autoriser que les paiements en carte bancaire.

De même, les enseignes de bricolage (Leroy Merlin) comme celle de la distribution de produits électroménagers (Boulanger , Darty & Fnac) adoptent des mesures drastiques pour reprendre un début d'activité. L'idée est bien d'épouser ces nouvelles contraintes pour garantir à tous une sécurité sanitaire. Click & Collect, services de livraison ou encore Drive sont peu à peu déployer pour répondre aux urgences des clients. C'est aussi pour ces enseignes l'idée se projeter sur le “après demain”.

Quand bien même lorsque nous serons déconfinés, il y a fort à parier que les nouvelles règles de distanciation sociales vont perdurer. Peu à peu, les grandes enseignes du retail s'organisent pour rétablir un lien marchand (Nicolas , Interflora) avec leur client.

Solidarité, agilité et créativité pour les commerces indépendants
Alors qu'ils sont la vitalité de nos centre villes, lieux d'échanges, de rencontres, lieux de vie, métiers de bouche, restauration, bistrots, cinémas et commerces indépendants sont dans une situation critique. Déjà, les grèves et les manifestations des Gilets Jaunes ont été des périodes extrêmement compliquées pour les commerçants.

Tous droits réservés à l'éditeur

Désormais, après un mois de confinement, les trésoreries sont asséchées, les charges pèsent sur les comptes d'exploitation et les perspectives plus positives semblent lointaines.

Cependant, de nombreuses initiatives ont émergé pour apporter des solutions. Elles sont le fruit de plusieurs dynamiques, aussi bien en France qu'à l'étranger. Elles sont des énergies, des solutions qui caressent l'idée d'amortir le “choc” de cette pandémie.

Vendre en restant fermé
Proposer des bons d'achats (soulager les trésorerie) qui seront utilisables après le confinement est une idée séduisante et agile. Une initiative proposée, entre autres, par Petitscommerces.fr dont la mission est de mettre en valeur les commerces de proximité sur le web. Avec leur plate-forme soutien-commercants-artisans.fr , le succès est au rendez vous.

« Nous avons lancé la plateforme il y a seulement 15 jours, et déjà plus de 1500 commerçants se sont inscrits, 2500 commandes ont été passées, pour un montant total dépassant les 150 000 euros ! Et c'est exponentiel, le nombre de commerces inscrits et de commandes passées par les clients explosent chaque jour »,

La Poste est aussi à l'origine d'une initiative remarquable : “Ma Ville Mon shopping”. Le magazine LSA relève que 1200 commerçants sur 160 communes se sont tournées vers cette plate-forme. Pendant cette période troublée, l'inscription est gratuite. La solution compte 3000 utilisateurs chaque jour. La Poste propose une solution “clé en main” , création d'une e-boutique et des solutions de livraisons via les tournées des facteurs.

L'opération # SAUVETONRESTO , propose une solution identique : acheter des bons pour des repas, nuitées ou expériences à utiliser dès la fin du confinement. Deux start-up bénévoles (HEMBLEM, LePotComumun) sont à l'origine de cette initiative. La filière de la restauration est vraiment dans une situation catastrophique. Au début du mois d'avril, la restauration accuse déjà une perte de 3,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires, qui se répercute inévitablement sur les fournisseurs dont la baisse de revenus est estimée à 1,1 milliard d'euros. (source : Food Service Vision). Mobiliser les énergies, proposer des solutions, sensibiliser les clients sont autant d'initiatives qui permettront à une partie des acteurs de garder la tête au-dessus de la ligne de flottaison financière.

AB InBev lance des « bière bonds » pour aider les bistrots en Europe. L'idée est de demander aux clients de payer aujourd'hui pour consommer lorsque ces établissement seront rouverts au public. Encore une fois, cette solution, qui fait appelle à la solidarité des citoyens, passe par une plate-forme digitale, www.barsolidaire.fr qui permet de gérer cet élan.

Tous droits réservés à l'éditeur

En une semaine, en France, 200 établissements se sont inscrits sur la plateforme, et 330 consommateurs y ont versé 11.000 euros. L'initiative a été lancée en parallèle dans d'autres pays, notamment au Royaume-Uni, en Italie et en Belgique. (source La Tribune)

Le Groupe Pozeo, acteur majeur de la billetterie cinéma et loisirs, a décidé d'agir face à cette situation inédite. #J'aime Mon Ciné propose d'agir maintenant pour demain. Les entreprises partenaires de l'opération s'engagent à offrir à leurs clients ou à leurs salariés une place au plein tarif (9,85€). Pozeo finance alors la seconde dans la limite de 300 000 places.

Aux États Unis, le retailer Neighbourhood Goods a dévoilé une nouvelle plate-forme gratuite “The Commons by Neighborhood Goods,” pour venir soutenir les commerçants locaux. Une plate-forme digitale pour permettre au “local businesses” de recréer des liens marchands au plus vite avec leurs clients. Neighbourhood Goods s'est d'autre part engagé lors de la réouverture des ses magasins à inviter les chefs des restaurants locaux dans ses cuisines pour présenter leur savoir-faire et dynamiser ainsi leur prochaine réouverture. De plus, le retailer s'est engagé à organiser de futurs “Happy Hours” pour faire travailler la communauté des artistes et ainsi soutenir l'écosystème culturel.

Au Canada, l'agence créative et technologique CloudRaker a créé dès la fin mars la plate-forme Rue Principale pour soutenir les commerçant locaux qui restent ouverts pour la vente à emporter ou les livraisons. “En offrant une plateforme recensant les commerces ouverts, nous souhaitons faciliter le processus et encourager la communauté à commander leurs plats préférés ou à acheter une carte-cadeau pour des achats futurs. Ces petits commerces apportent une énorme contribution à nos quartiers et nous souhaitons garder ceci intact pour le bénéfice de tous.”

Une solution simple (2 jours de déploiement) qui permet donc de valoriser les initiatives des petits commerçants de proximité pour garder le lien avec leurs clients. À Montréal, c'est déjà plus de 500 commerçants qui sont identifiables sur Rue Principale.

Les principes d'un commerce unifié

À la fois créatives et ingénieuses, ces belles initiatives mettent aussi en évidence les carences du commerce de proximité. Un commerce encore peu digitalisé, des systèmes d'informations basiques, peu de solutions logistiques efficientes. La crise provoqué par le Covid-19 a mis en exergue les faiblesses des petits commerçants (mais aussi de certains acteurs référents) dans leur gestion de la relation clients face aux contraintes sanitaires.

Demain, les acteurs du commerce de proximité vont devoir proposer des solutions transversales qui s'appuient, d'une part, sur leur magasin physique mais aussi sur un magasin digital, parfois “sorti de terre” en quelques semaines. Ils s'alignent donc sur les règles d'or de l'omnicanalité : offrir aux clients le choix entre

Tous droits réservés à l'éditeur

deux mondes complémentaires. Adaptation temporaire ou évolution pérenne accélérée par l'onde de choc COVID ?

La réponse se situe certainement dans la capacité de ces petits commerces à (re)créer demain du lien durable, tangible, avec leurs clients, au-delà des “outils”.

Tous droits réservés à l'éditeur



INFO EXPRESS >>
COVID-19 : "IL EST EXTRÊMEMENT DIFFICILE DE FAIRE VENIR DU PERSONNEL DANS CETTE PÉRIODE DE PSYCHOSE"



Coronavirus : Édouard Philippe confirme la réouverture de tous les commerces le 11 mai, excepté les bars et restaurants

mardi 28 avril 2020, par Camille Boulate

Présentant en ce moment même devant les députés le plan de déconfinement, Édouard Philippe vient de confirmer que l'ensemble des commerces pourront rouvrir leurs portes dès le 11 mai prochain. Les bars, cafés et restaurants resteront fermés jusqu'à la fin du mois au minimum. Explications.

C'était une présentation très attendue. Édouard Philippe a précisé le plan de déconfinement devant l'Assemblée Nationale. Celui-ci s'étalera à partir du 11 mai jusqu'au 2 juin minimum. Le Premier ministre a confirmé que l'ensemble des commerces pourront rouvrir leurs portes à partir du 11 mai. En revanche, les bars, cafés et restaurants resteront fermés. *"Une décision sera prise fin mai pour savoir si ces établissements pourront rouvrir à partir du 2 juin prochain"*, indique Édouard Philippe.

À LIRE AUSSI : Comment les enseignes gèrent-elles la crise sanitaire ?

Cahier des charges

La réouverture des commerces dans 15 jours sera toutefois conditionnée. Édouard Philippe a ainsi indiqué que les commerçants devront *"respecter un cahier des charges strict, limitant le nombre de personnes présentes en même temps dans le magasin et organisant les flux, afin de faire respecter la règle de la distance minimale d'un mètre par personne sans contact autour d'elle"*. Une organisation déjà adoptée par beaucoup d'enseignes, comme nous l'expliquait le réseau de cavistes Nicolas. Chaque commerçant devra *"veiller à la protection de son personnel"* et pourra *"subordonner l'accès de son magasin au port du masque"*.

À LIRE AUSSI : Covid-19 : la restauration ne regarde pas encore dans la même direction

Centres commerciaux

Le Premier Ministre a également précisé que *"les préfets pourront décider de ne pas laisser ouvrir les centres commerciaux de plus de 40 000 mètres carrés, au-delà des sections alimentaires déjà*

Nous utilisons des cookies pour vous garantir la meilleure expérience sur notre site. Si vous continuez à utiliser ce dernier, nous considérerons que vous acceptez l'utilisation des cookies. Ok | En savoir plus



Nos Partenaires

EXPERTISE COMPTABLE

In Extenso propose **une offre** pour les acteurs de la franchise.

EXPERTISE COMPTABLE

une offre de services sur-mesure pour vous aider à faire aboutir votre projet

JURIDIQUE

Un cabinet spécialisé dans la franchise pour vous accompagner.

GÉOMARKETING

Cabinet d'**études de marché** et de **géomarketing**.

FINANCEMENT

Entreprendre en franchise avec Banque Populaire, la rencontre d'une **énergie**, d'un **projet** et d'un **savoir-faire**

RH - FORMATION

Le cabinet qui vous accompagne dans votre recrutement, formation et politique RH

ouvertes, qui risquent de susciter de tels mouvements de population". Enfin, Édouard Philippe a précisé que le dispositif de chômage partiel restera en place jusqu'en juin. Quant aux marchés, ils pourront rouvrir mais sur autorisation des maires et des préfets.

Camille Boulate et Nicolas Monier



Camille Boulate

Suivre

Cet article parle de : confinement Coronavirus Covid 19 déconfinement Edouard Philippe gouvernement

Tweeter Partager 3 Share

Sur le même thème



Carrément Fleurs : battle d'apprentis sur Facebook

jeudi 7 juillet 2016, par Julie Tadduni

Carrément Fleurs met à contribution les apprentis de son réseau en organisant des battles de compositions florales, relayées sur Facebook.



Le cholocatier Monbana souhaite ouvrir 35 franchises

mardi 15 janvier 2013, par Chloé Goudenhooft

Spécialiste du chocolat, Monbana indique qu'il va lancer prochainement 35 franchises pour développer son réseau au niveau national et s'ouvrir aux distributeurs et consommateurs.

COMMUNICATION

Un accompagnement pour augmenter votre notoriété

COMMUNICATION

Développer avec cohérence votre visibilité, votre notoriété et votre image

POSEZ VOS QUESTIONS SUR LA FRANCHISE

Nos experts vous répondent...

Partenaire



Publicité





CDI MÉDIAS & SERVICES

Le Groupe CDI est une entreprise de médias et de services. Il édite des magazines spécialisés dans le management, l'emploi, la création d'entreprise, la

PUBLICITÉ

Vous souhaitez communiquer dans nos magazines ou sur nos sites Internet ?

ABONNEMENTS

Abonnez-vous en quelques clics à nos magazines L'Officiel de la Franchise, Rebondir et Courrier

Nous utilisons des cookies pour vous garantir la meilleure expérience sur notre site. Si vous continuez à utiliser ce dernier, nous considérerons que vous acceptez l'utilisation des cookies. Ok En savoir plus

Où acheter du vin en ligne pendant le confinement ? Nos meilleures adresses



Avec les restrictions de sortie pour lutter contre le Covid 19, nous privilégions plus que d'ordinaire les commandes en ligne. Voici 6 sites pour approvisionner sa cave de bonnes bouteilles sans sortir de la maison... et apprécier ses apéros virtuels.

Depuis l'instauration du confinement le 17 mars dernier, de nombreux cavistes ont choisi de fermer provisoirement leur boutique. D'autres accueillent toujours leurs clients, en respectant toutes les précautions sanitaires qui s'imposent, et certains se proposent même de les livrer à domicile dans un périmètre bien défini. Les amateurs de vin peuvent également se procurer de bonnes bouteilles (à boire avec modération) en ligne, histoire de continuer à se faire plaisir malgré le contexte. Et de réussir ses "On-nomi" (apéritifs en ligne).

Au passage, c'est aussi un moyen de se montrer solidaires avec les vignerons qui, privés des commandes habituelles des bars et restaurants, peinent à écouler leur production. Nous avons sélectionné six sites spécialisés, testés et approuvés, où trouver à coup sûr de belles sélections de vins traditionnels et naturels.

Twil, pour des achats directs aux producteurs

Le concept : Twil facilite les échanges directs entre les consommateurs et les producteurs. Ou comment se fournir en circuit court auprès de ses vignerons préférés. Le site recense pas moins de 3 500 producteurs partenaires, dont quelques producteurs de vins naturels.

Pourquoi on aime : Vous aimez un vin et souhaiteriez en acheter quelques bouteilles ? Il suffit d'effectuer une recherche sur le site (ou l'application) ou de scanner l'étiquette de la bouteille pour savoir s'il y est référencé. Si tel est le cas, Twil vous propose de recueillir des infos sur le vin et de

Tous droits réservés à l'éditeur

lire les avis de la communauté, et vous permet de commander votre jus favori directement au domaine. Le tout en bénéficiant de tarifs transparents et de la livraison gratuite à partir de 6 bouteilles. De son côté, le producteur profite d'un canal de vente directe supplémentaire. Bref, Twil repose sur un modèle intelligent, gagnant-gagnant.

Bon à savoir : le site propose chaque semaine des ventes privées, avec des réductions pouvant aller jusqu'à -45 %.

LIRE AUSSI >> Zoom, Skype, Facetime... les 10 commandements de l'apéro en ligne

Le Petit Ballon, pour ses coffrets "surprise"

Le concept : Le Petit Ballon s'est fait connaître il y a quelques années déjà avec ses formules d'abonnement (à partir de 19,90 euros/mois) qui permettent de recevoir chaque mois chez soi un colis "surprise" garni de bouteilles finement sélectionnées par Jean-Michel Deluc, l'ancien Chef Sommelier du Ritz. Le Petit ballon - qui dispose de deux boutiques à Paris (actuellement fermées), est aussi un site de ventes proposant une belle sélection de vins, souvent bio ou raisonnés, issus de petits producteurs ou de vignerons reconnus, tels que Guigal ou Jaboulet.

Pourquoi on aime : On y trouve tous types de vins, y compris effervescents, ainsi que des spiritueux. Le site est bien conçu, et les ventes flash peuvent se révéler très intéressantes. Bon point, les prix de vente sont fixés avec le vigneron. Les abonnés à Petit Ballon bénéficient en outre de tarifs préférentiels sur une large partie du catalogue. Les frais de port sont offerts à partir de 60€ d'achat ou 6 bouteilles. A noter qu'avec le confinement, les délais de livraison peuvent être un peu allongés.

Bon à savoir : pour chaque commande passée pendant la quarantaine, Le Petit Ballon s'engage à reverser 2 euros au Fonds d'urgence de l'AP-HP.

La cave des papilles, pour (re)découvrir le vin naturel

Le concept : Véritable institution parisienne, La cave des papilles a momentanément fermé les portes de sa boutique du 14e arrondissement. Mais la boutique en ligne reste ouverte pour les amoureux du vin naturel.

Pourquoi on aime : Ici, le choix est aussi large que pointu. Balme, Jambon, Nicqu, Pfifferling... les artisans vignerons les plus reconnus et engagés du secteur font naturellement partie du catalogue. La Cave des papilles est le lieu idéal pour découvrir la diversité des vins bios et naturels français et étrangers. Avis aux explorateurs ! Les amateurs, eux, connaissent déjà.

Bon à savoir : vous souhaitez offrir une ou deux bouteilles de vin à un amateur de vins naturels pendant le confinement, mais vous ne savez quoi choisir ? Optez pour le chèque-cadeau "La cave des papilles" (à partir de 25€).

Vins étonnants, pour ses vins "décalés"

Tous droits réservés à l'éditeur

Le concept : Amateurs de vins vivants tout sauf ordinaires, voici un site qui porte bien son nom. Sur Vins étonnants, on trouve une jolie sélection de vins français et étrangers issus de vignobles qui respectent l'environnement, et aussi de nombreux vins naturels, plus ou moins "décalés", comme aime à les appeler l'un des fondateurs du site. Qu'ils soient rouge, blanc, orange (oui!) ou effervescent, tous les jus présentés ici sont des vins d'auteurs. Comprendre : des vins élaborés par de petits producteurs amoureux de leur terroir.

Pourquoi on aime : Le site est pratique. Chaque vin est accompagné de petits pictogrammes qui permettent de déterminer rapidement le style du vin (vin accessible à tous, vin classique, vin découverte, etc), s'il est bio ou biodynamique. Le client peut aussi consulter le catalogue par millésimes, appellations, cépages, régions ou encore par type d'originalité (terroir insolite, vinification insolite...).

Bon à savoir : pendant le confinement, les frais de livraison passent à 5 euros pour tout envoi en point relais ou à domicile.

Vinatis et Nicolas, les incontournables

Vinatis, pour ses bons rapports qualité / prix

Le leader de la vente en ligne de vin, continue d'assurer son service de livraison (à partir de 12 euros) avec, là encore, des délais possiblement allongés. Vinatis propose une très large sélection de vins. Le site fait également la part belle aux vins médaillés et aux vins offrant un bon rapport qualité/prix. On y trouve par ailleurs une large sélection de vins qui ont reçu une note supérieure à 90/100 dans le guide Robert Parker. Le site peut par ailleurs compter sur une large communauté active qui n'hésite pas à laisser en ligne de nombreux avis sur les vins testés. Pratique pour se laisser guider.

Bon à savoir : le site propose chaque jour plusieurs ventes flash sur des vins bien notés par la communauté.

Nicolas, pour retrouver en ligne ses références préférées

Le site des caves Nicolas continue d'assurer les livraisons partout en France, avec des délais parfois allongés étant donné le contexte actuel. Si vous êtes un habitué, vous pouvez donc retrouver en ligne vos références préférées tout en continuant à profiter du programme de fidélité de l'enseigne. Et ses boutiques rouvrant progressivement en France, vous pouvez passer commande en ligne et profiter du service Drive pour récupérer votre colis directement en boutique.

Bon à savoir :jusqu'au 5 mai prochain, Nicolas propose une sélection de "vins engagés", autrement dit respectueux de l'environnement.

Tous droits réservés à l'éditeur

fr.finance.yahoo.com
Pays : France
Dynamisme : 427

Visualiser l'article

Decathlon, Burger King, Kiabi... De plus en plus d'enseignes rouvrent à l'approche du déconfinement



© Bill Harrison/ Wikimedia Commons / Business Insider

La procédé s'est en effet généralisé avec le confinement. Dès le 10 avril, Business Insider France rapportait la réouverture en drive de nombreuses enseignes : McDonald's, KFC, Boulanger, Darty, Fnac, Interflora, Nicolas, Leroy Merlin et Castorama. D'autres, plus nombreux encore, ont décidé de ne rouvrir leurs entrepôts que pour assurer la livraison des commandes des consommateurs. C'est le cas du groupe suédois Ikea. Et ces derniers jours, de nouvelles enseignes ont partiellement rouvert pour anticiper la fin du confinement :

Burger King rouvre son drive

Après s'être opposé à la réouverture partielle de son éternel concurrent McDonald's, "BK" a décidé d'en faire autant. Ainsi, depuis le 22 avril, la vente à emporter et en "drive" est de nouveau disponible dans l'Hexagone. L'enseigne se veut prudente et les restaurants devraient rouvrir progressivement dans les semaines à venir. Appartenant à la même maison-mère — Groupe Bertrand — Quick a également annoncé la réouverture prochaine de son drive

Decathlon se met au 'retrait sans contact'

Tous droits réservés à l'éditeur

fr.finance.yahoo.com
Pays : France
Dynamisme : 427

Visualiser l'article

En vue du déconfinement, Decathlon a mis en place le "retrait sans contact" dans 70 de ses magasins. Le géant de l'équipement sportif entend généraliser progressivement la pratique en France. Les commandes en lignes pourront ainsi être retirées en magasin dans les 48 heures.

Sur son site, Decathlon a publié un guide complet pour réaliser un "retrait sans contact" dans l'un de ses magasins tout en respectant certaines mesures sanitaires. L'enseigne assure dans un communiqué que le procédé, "plébiscité" par ses clients, se poursuivra après la fin du confinement, le 11 mai.

Kiabi lance le 'Click & Drive", une première dans le secteur de l'habillement

Testé dans trois magasins de la métropole lilloise, le dispositif "click & drive" doit permettre à Kiabi de relancer son activité après l'arrêt dû au confinement. Il s'agit du premier "drive" dans le secteur de l'habillement.

Pour permettre la confection de masques, les merceries rouvrent leurs portes

Un (...) Cliquez ici pour voir la suite

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 27/04/2020
Heure : 18:24:35

www.businessinsider.fr
Pays : France
Dynamisme : 7

Visualiser l'article

Decathlon, Burger King, Kiabi... De plus en plus d'enseignes rouvrent à l'approche du déconfinement



© Bill Harrison/ Wikimedia Commons

Le déconfinement approche. Mais, pour les personnes comme pour les commerces, rien ne sera "comme avant". La pandémie sévira toujours, et les magasins, qui pourront tous rouvrir à partir du 11 mai, devront s'organiser afin de respecter la distanciation sociale. Comment ? Le confinement aura apporté son lot de solutions. Dont le "drive", qui consiste à faire ses achats en ligne pour les récupérer sur le parking d'un magasin. Ainsi, dans une étude du 22 avril, l'Institut Nielsen révélait que **les "drive" accolés à des supermarchés avaient triplé leur chiffre d'affaires**, et plusieurs ont enregistré des ruptures de stock. Triomphante, la pratique s'étend aux autres secteurs.

La procédé s'est en effet généralisé avec le confinement. Dès le 10 avril, Business Insider France rapportait la réouverture en drive de nombreuses enseignes : **McDonald's, KFC, Boulanger, Darty, Fnac, Interflora, Nicolas, Leroy Merlin et Castorama.** D'autres, plus nombreux encore, ont décidé de ne rouvrir leurs entrepôts que pour assurer la livraison des commandes des consommateurs. C'est le cas du groupe suédois Ikea. Et ces derniers jours, de nouvelles enseignes ont partiellement rouvert pour anticiper la fin du confinement :

Burger King rouvre son drive



Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Burger King va progressivement rouvrir en drive. Jérémy-Günther-Heinz Jähnick/Wikimedia Commons

Après s'être opposé à la réouverture partielle de son éternel concurrent McDonald's, "BK" a décidé d'en faire autant. Ainsi, depuis le 22 avril, la vente à emporter et en "drive" est de nouveau disponible dans l'Hexagone. L'enseigne se veut prudente et les restaurants devraient rouvrir progressivement dans les semaines à venir. Appartenant à la même maison-mère — Groupe Bertrand — Quick a également annoncé la réouverture prochaine de son drive

Decathlon se met au 'retrait sans contact'



Ascaron/Wikimedia Commons

En vue du déconfinement, Decathlon a mis en place le "retrait sans contact" dans 70 de ses magasins. Le géant de l'équipement sportif entend généraliser progressivement la pratique en France. Les commandes en lignes pourront ainsi être retirées en magasin dans les 48 heures.

Sur son site, Decathlon a publié un guide complet pour réaliser un "retrait sans contact" dans l'un de ses magasins tout en respectant certaines mesures sanitaires. L'enseigne assure dans un communiqué que le procédé, "plébiscité" par ses clients, se poursuivra après la fin du confinement, le 11 mai.

Kiabi lance le 'Click & Drive", une première dans le secteur de l'habillement

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Wikimedia Commons

Testé dans trois magasins de la métropole lilloise, le dispositif "click & drive" doit permettre à Kiabi de relancer son activité après l'arrêt dû au confinement. Il s'agit du premier "drive" dans le secteur de l'habillement.

Pour permettre la confection de masques, les merceries rouvrent leurs portes



Boris Dunand/ Unsplash

Un décret, publié au Journal officiel le 23 avril, autorise la réouverture des commerces "de détail de textiles en magasin spécialisé". A l'approche du déconfinement, le gouvernement entend ainsi permettre aux Français d'acheter du tissu pour confectionner eux-mêmes leurs masques de protection.

Un "guide pratique" pour la confection des masques devrait suivre le décret. Agnès Pannier-Runacher, secrétaire d'Etat auprès du ministre de l'Economie, a indiqué dans un communiqué que l'exécutif travaillait avec l'industrie textile "pour diffuser dans les prochains jours des guides de bonnes pratiques, qui permettront à chacun d'utiliser des matériaux et formes adaptés pour confectionner des masques faits-maison qui soient pleinement efficaces".

Tous droits réservés à l'éditeur

DL DORDOGNE LIBRE

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 5266



Date : 27 avril 2020
Journaliste : Jessica FISCAL

AGRICULTURE

Le monde viticole s'organise face à la chute des ventes



Au château de Tiregand, tout le monde est conscient du nouvel équilibre qu'il faudra trouver en terme de consommation.
PHOTO DR - OFFICE TOURISME BERGERAC

Tous droits réservés à l'éditeur

DL DORDOGNE LIBRE

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 5266

Date : 27 avril 2020
Journaliste : Jessica FISCAL

■ Le monde viticole subit de plein fouet la crise, surtout économiquement.
■ Avec les restaurants fermés et des particuliers qui ne peuvent plus se déplacer, les viticulteurs déplorent une activité en berne.
■ Ils trouvent alors réconfort au cœur de leur vigne.

Jessica FISCAL
j.fiscal@dordogne.com

Les Bergeracois ont retrouvé durant ce confinement leurs vignes. En effet, à cause d'une activité commerciale en berne, ces derniers ont repris les joies du travail de la terre et des tracteurs.
Une situation qu'ils affectionnent mais dont ils se seraient certainement bien passés. Il faut dire que l'état actuel de la situation les a impactés directement.
Du côté du domaine du Haut Pécharmant basé à Bergerac, Didier Roches, le gérant de l'exploitation n'a pas peur de tirer un bilan économique catastrophique. « *Les ventes au mois de mars ont chuté de 60 % et on a débuté le mois d'avril à moins 90 %* », déplore-t-il. Et il y a plusieurs raisons à cela.

Tous droits réservés à l'éditeur

DL DORDOGNE LIBRE

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 5266

Date : 27 avril 2020
Journaliste : Jessica FISCAL

Déjà les restaurants avec qui travaillait le domaine sont fermés et cette activité rapportait déjà 20 % du chiffre d'affaires. Et côté particuliers, ces derniers ne se déplacent plus.

« Les gens n'ont pas la tête à ça »

« *À cela, il faut rajouter les salons*, explique le gérant. *On en a déjà loupé trois, en sachant que cela nous rapporte en moyenne 15 000 €.* » François-Xavier de Saint-Exupéry, propriétaire du château de Tiregand, à Creysse a lui aussi commencé à faire ses calculs quant à ses pertes.

Lui qui travaille beaucoup avec les cavistes a vu son activité souffrir mais reprendre son souffle tout doucement avec les magasins Nicolas qu'il approvisionnait. Même si ces derniers ont un accès restreint actuellement.

« *Jusqu'à fin avril, j'ai évalué mes pertes de l'année à 18 %*, souffle-t-il. *La consommation de vin n'est pas une première nécessité et pour l'instant les gens n'ont pas la tête à ça on le sait.* »

Se rassurer par d'autres alternatives ?

Pour oublier, le monde viticole cherche alors des alternatives pour s'en sortir. « *On se met à travailler plus dans nos vignes*, avoue Didier Roches. *Cela nous libère l'esprit.* » Et certains se mettent au drive ou encore aux livraisons gratuites. « *Ça ne compense pas*, grimace le gérant. *Mais ça fait du bien au moral de préparer des cartons dans la semaine pour des clients.* » Et depuis, en moyenne, le domaine du Haut Pécharmant vend cent bouteilles par semaine, « *ce n'est rien du tout* », déplore Didier Roches.

Mais ce dernier n'oublie pas le millésime 2017 qui lui avait quasiment fait perdre une récolte entière à cause du gel. « *On se dit que notre production va combler cette perte avec moins de ventes*

Tous droits réservés à l'éditeur

DL DORDOGNE LIBRE

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 5266

Date : 27 avril 2020
Journaliste : Jessica FISCAL

même si on avait préféré que cela se passe autrement. » Et concernant la nature justement, cette année, les viticulteurs ne sont pas à plaindre. Même le gel de vendredi n'a pas touché les producteurs du bergeracois, « *cela a plus touché la Gironde* », ajoute Didier Roches.

De son côté, François-Xavier de Saint-Exupéry a lui proposé des offres sur son site marchand pour sa clientèle. « *J'ai mis en place l'offre d'une bouteille offerte pour un carton acheté.* »

Un avenir en dents de scie

Difficile d'entrevoir alors un avenir dans de telles conditions. Mais malgré tout, Didier Roches se permet d'y croire. « *La saison touristique est complètement à l'arrêt mais on se dit qu'à la fin du confinement, les gens vont vouloir se retrouver en famille autour d'une bonne bouteille de vin*, sourit-il. *Et on espère que certains marchés vont rouvrir.* »

François-Xavier de Saint-Exupéry est également de cet avis concernant les modes de consommation. « *La culture du vin sera toujours présente*, explique-t-il. *Il y aura un changement des habitudes, il faudra trouver un nouvel équilibre.* »

Seule ombre au tableau, les exportations. Même si le domaine du Haut Pécharmant à Bergerac ne compte que 10 % de son chiffre d'affaires dans cette activité, les frontières fermées prévues pour les prochains mois pourraient handicaper à moindre mesure le viticulteur.

« *Actuellement j'essaie de livrer un client en Angleterre qui m'a demandé un carton de vin, mais il n'y a qu'un seul bureau de poste à Bergerac et il faut faire une heure de queue*, déplore le gérant. *La suite risque d'être encore plus compliquée avec les mesures.* »

Tous droits réservés à l'éditeur

DL DORDOGNE LIBRE

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 5266

Date : 27 avril 2020
Journaliste : Jessica FISCAL



Au domaine du Haut Pécharmant, les ventes ont chuté de 60 % en mars et 90 % début avril. PHOTO DR

Tous droits réservés à l'éditeur

L'EXPRESS

Date : 27/04/2020
Heure : 16:12:10
Journaliste : Marie Descours

www.lexpress.fr
Pays : France
Dynamisme : 55

Visualiser l'article

Où acheter du vin en ligne pendant le confinement ? Nos meilleures adresses



Notre sélection des meilleurs sites de vin en ligne pendant le confinement

- (c) Getty Images

Avec les restrictions de sortie pour lutter contre le Covid 19, nous privilégions plus que d'ordinaire les commandes en ligne. Voici 6 sites pour approvisionner sa cave de bonnes bouteilles sans sortir de la maison... et apprécier ses apéros virtuels.
Depuis l'instauration du confinement le 17 mars dernier, de nombreux cavistes ont choisi de fermer provisoirement leur boutique. D'autres accueillent toujours leurs clients, en respectant toutes les précautions sanitaires qui s'imposent, et certains se proposent même de les livrer à domicile dans un périmètre bien défini. Les amateurs de vin peuvent également se procurer de bonnes bouteilles (à boire avec modération) en ligne, histoire de continuer à se faire plaisir malgré le contexte. Et de réussir ses "On-nomi" (apéritifs en ligne).

Au passage, c'est aussi un moyen de se montrer solidaires avec les vignerons qui, privés des commandes habituelles des bars et restaurants, peinent à écouler leur production. Nous avons sélectionné six sites spécialisés, testés et approuvés, où trouver à coup sûr de belles sélections de vins traditionnels et naturels.

Twil, pour des achats directs aux producteurs

Tous droits réservés à l'éditeur

Le concept : Twil facilite les échanges directs entre les consommateurs et les producteurs. Ou comment se fournir en circuit court auprès de ses vignerons préférés. Le site recense pas moins de 3 500 producteurs partenaires, dont quelques producteurs de vins naturels.

Pourquoi on aime : Vous aimez un vin et souhaiteriez en acheter quelques bouteilles ? Il suffit d'effectuer une recherche sur le site (ou l'application) ou de scanner l'étiquette de la bouteille pour savoir s'il y est référencé. Si tel est le cas, Twil vous propose de recueillir des infos sur le vin et de lire les avis de la communauté, et vous permet de commander votre jus favori directement au domaine. Le tout en bénéficiant de tarifs transparents et de la livraison gratuite à partir de 6 bouteilles. De son côté, le producteur profite d'un canal de vente directe supplémentaire. Bref, Twil repose sur un modèle intelligent, gagnant-gagnant.

iframe : redir.opoint.com
Bon à savoir : le site propose chaque semaine des ventes privées, avec des réductions pouvant aller jusqu'à -45 %.

LIRE AUSSI >> Zoom, Skype, Facetime... les 10 commandements de l'apéro en ligne

Le Petit Ballon, pour ses coffrets "surprise"
Le concept : Le Petit Ballon s'est fait connaître il y a quelques années déjà avec ses formules d'abonnement (à partir de 19,90 euros/mois) qui permettent de recevoir chaque mois chez soi un colis "surprise" garni de bouteilles finement sélectionnées par Jean-Michel Deluc, l'ancien Chef Sommelier du Ritz. Le Petit ballon - qui dispose de deux boutiques à Paris (actuellement fermées), est aussi un site de ventes proposant une belle sélection de vins, souvent bio ou raisonnés, issus de petits producteurs ou de vignerons reconnus, tels que Guigal ou Jaboulet.

Pourquoi on aime : On y trouve tous types de vins, y compris effervescents, ainsi que des spiritueux. Le site est bien conçu, et les ventes flash peuvent se révéler très intéressantes. Bon point, les prix de vente sont fixés avec le vigneron. Les abonnés à Petit Ballon bénéficient en outre de tarifs préférentiels sur une large partie du catalogue. Les frais de port sont offerts à partir de 60€ d'achat ou 6 bouteilles. A noter qu'avec le confinement, les délais de livraison peuvent être un peu allongés.

Bon à savoir : pour chaque commande passée pendant la quarantaine, Le Petit Ballon s'engage à reverser 2 euros au Fonds d'urgence de l'AP-HP.

La cave des papilles, pour (re)découvrir le vin naturel
Le concept : Véritable institution parisienne, La cave des papilles a momentanément fermé les portes de sa boutique du 14e arrondissement. Mais la boutique en ligne reste ouverte pour les amoureux du vin naturel.

Pourquoi on aime : Ici, le choix est aussi large que pointu. Balme, Jambon, Nicqu, Pfifferling... les artisans vignerons les plus reconnus et engagés du secteur font naturellement partie du catalogue. La Cave des papilles est le lieu idéal pour découvrir la diversité des vins bios et naturels français et étrangers. Avis aux explorateurs ! Les amateurs, eux, connaissent déjà.

Tous droits réservés à l'éditeur

Bon à savoir : vous souhaitez offrir une ou deux bouteilles de vin à un amateur de vins naturels pendant le confinement, mais vous ne savez quoi choisir ? Optez pour le chèque-cadeau "La cave des papilles" (à partir de 25€).

VOIR AUSSI >> Cocktails: toutes les recettes classiques et audacieuses

Vins étonnants, pour ses vins "décalés"
Le concept : Amateurs de vins vivants tout sauf ordinaires, voici un site qui porte bien son nom. Sur Vins étonnants , on trouve une jolie sélection de vins français et étrangers issus de vignobles qui respectent l'environnement, et aussi de nombreux vins naturels, plus ou moins "décalés", comme aime à les appeler l'un des fondateurs du site. Qu'ils soient rouge, blanc, orange (oui!) ou effervescent, tous les jus présentés ici sont des vins d'auteurs. Comprendre : des vins élaborés par de petits producteurs amoureux de leur terroir.

Pourquoi on aime : Le site est pratique. Chaque vin est accompagné de petits pictogrammes qui permettent de déterminer rapidement le style du vin (vin accessible à tous, vin classique, vin découverte, etc), s'il est bio ou biodynamique. Le client peut aussi consulter le catalogue par millésimes, appellations, cépages, régions ou encore par type d'originalité (terroir insolite, vinification insolite...).

Bon à savoir : pendant le confinement, les frais de livraison passent à 5 euros pour tout envoi en point relais ou à domicile.

Vinatis et Nicolas, les incontournables
Vinatis, pour ses bons rapports qualité / prix

Le leader de la vente en ligne de vin, continue d'assurer son service de livraison (à partir de 12 euros) avec, là encore, des délais possiblement allongés. Vinatis propose une très large sélection de vins. Le site fait également la part belle aux vins médaillés et aux vins offrant un bon rapport qualité/prix. On y trouve par ailleurs une large sélection de vins qui ont reçu une note supérieure à 90/100 dans le guide Robert Parker. Le site peut par ailleurs compter sur une large communauté active qui n'hésite pas à laisser en ligne de nombreux avis sur les vins testés. Pratique pour se laisser guider.

Bon à savoir : le site propose chaque jour plusieurs ventes flash sur des vins bien notés par la communauté.

Nicolas, pour retrouver en ligne ses références préférées

Le site des caves Nicolas continue d'assurer les livraisons partout en France, avec des délais parfois allongés étant donné le contexte actuel. Si vous êtes un habitué, vous pouvez donc retrouver en ligne vos références préférées tout en continuant à profiter du programme de fidélité de l'enseigne. Et ses boutiques rouvrant progressivement en France, vous pouvez passer commande en ligne et profiter du service Drive pour récupérer votre colis directement en boutique.

Bon à savoir : jusqu'au 5 mai prochain, Nicolas propose une sélection de "vins engagés", autrement dit respectueux de l'environnement.

Tous droits réservés à l'éditeur

La Provence
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 124580



Date : 24 avril 2020
Journaliste : Fred GUILLEDOUX

Boire un petit coup, c'est agréable... avec modération !

Confiné en famille à la maison, on ouvre volontiers une bouteille de vin

Avec la pandémie de Covid-19, l'export est à l'arrêt, le secteur de la restauration aussi et les vignerons se trouvent dans une situation économique préoccupante. À tel point qu'un milliard de litres de vin européen pourrait être perdu et avec lui, le revenu de milliers d'acteurs de la filière viticole. La France, l'Italie et l'Espagne sont particulièrement concernés, plus gros producteurs de vins en Europe et pays les plus touchés par le virus. Déboucher une bonne bouteille serait donc un acte solidaire ? Assurément... à condition de le faire avec modération ! Voilà de quoi donner bonne conscience aux millions de confinés qui, outre les joies du retour aux fourneaux, sacrifient au plaisir d'accompagner leurs réalisations culinaires d'un petit vin de derrière les fagots.

Si certains plongent dans leur cave, d'autres profitent des courses au supermarché ou surfent sur des sites spécialisés (lesquels revendiquent un doublement d'activité, malgré des délais de livraison parfois aléatoires). Surtout, vous êtes nombreux à vous être convertis au "drive" : on réserve sa bouteille chez un caviste via internet ou par téléphone, puis on passe récupérer sa commande en boutique, parfois en voiture, le plus souvent à pied. Ce mode de distribution a littéralement explosé selon Christiane Lambert, la présidente de la FNSEA : *"Les modes d'achats ont changé, les Français passent plus par le 'drive' et on comprend pourquoi. Quelque 65% d'augmentation pour le vin, ce n'était jamais arrivé !"*.



En complément des joies de la cuisine, les "confinés" se plongent volontiers dans leur cave pour trouver un vin oublié. Et quand il n'y en a plus, de nombreuses solutions existent. / PHOTO ADOBE STOCK

DES CARTES POUR TROUVER UN CAVISTE OU UN PRODUCTEUR

Nombre de professionnels ayant tiré le rideau, pas évident de trouver un pro du vin pas trop loin de chez vous. Heureusement, des passionnés proposent des cartes interactives, disponibles sur internet. C'est le cas de Fabien Lainé, du blog Creative Fabien et dont la carte est reprise par vitisphere.com et terredevins.com. Une manière d'aider les consommateurs pour acheter local.

creativefabien.com

NICOLAS REPREND DU SERVICE

Fermée mi-mars, la chaîne de cavistes Nicolas a rouvert ses portes début avril. Environ 300 boutiques sur 500 ont repris du service avec des horaires qui fluctuent, soit le matin six jours sur sept, soit trois jours par semaine, à la discrétion des gérants mandataires. Les deux semaines d'inactivité ont été utilisées pour prendre des mesures de sécurité, tant pour les clients que pour les personnels.

nicolas.com

DES APÉROS VIRTUELS AVEC DES VIGNERONS

Tous les deux jours, à 19h15, Valentin Cotton réalise des apéros vins en live sur son compte Instagram, Winepoetry. Ce pianiste classique a demandé à des vignerons de les coanimer. Le "public" peut intervenir en déposant des commentaires. Ont notamment participé Armand Heitz (domaine Heitz Lochardet en Bourgogne), Damien Barton Sartorius (Bordeaux), Myrko Tépus dans le Var (IGP coteaux-du-verdon).

Fred GUILLEDOUX

Tous droits réservés à l'éditeur

fr.finance.yahoo.com
Pays : France
Dynamisme : 424

Visualiser l'article

Bruno Le Maire prévoit une réouverture des commerces le 11 mai



© Pier Francesco Grizi/Unsplash / Business Insider

Bruno Le Maire a toutefois laissé entendre que les règles pour la réouverture des commerces pourraient être différentes selon les régions. "Est-ce qu'on le fait au niveau national, est-ce qu'il faut tenir compte des disparités au niveau régional ? C'est une évaluation sanitaire qui devra être faite", a-t-il affirmé.

"La situation n'est pas la même suivant qu'on est en Aquitaine où il y a eu moins de cas de Covid ou si on est en Île-de-France où il y a eu beaucoup de cas de Covid et où le virus circule encore beaucoup".

Le ministre a précisé que "ça n'a pas encore été tranché (...), ce sera des propositions qui seront soumises au Premier ministre".

Tous droits réservés à l'éditeur

fr.finance.yahoo.com
Pays : France
Dynamisme : 424

Visualiser l'article

Parmi les commerces déjà autorisés à ouvrir leurs portes, certains ont redémarré leur activité après avoir tiré le rideau le temps de mettre en place des mesures de protection.

C'est le cas tout récemment de l'enseigne Leroy Merlin dont certains magasins accueillent de nouveau des clients depuis lundi dernier. Seuls les produits libre-service sont mis à la vente et le nombre de personnes en magasin est limité. Les cavistes Nicolas ont également pris des mesures pour pouvoir de nouveau ouvrir leurs portes. La plupart des autres commerces préfèrent néanmoins se limiter à un drive ou à la livraison à domicile. Une solution qui a du succès, chez McDonald's par exemple : face à l'afflux dans certains drives, la direction a décidé d'utiliser une barrière pour limiter le nombre de voitures en attente et éviter les bouchons aux abords de ses restaurants.

À lire aussi — Voici la case à cocher sur votre attestation si vous allez chercher une commande ou adopter un animal

Tous droits réservés à l'éditeur

BUSINESS INSIDER FRANCE

Date : 23/04/2020
Heure : 10:10:57
Journaliste : Sophie Levy Ayoun

www.businessinsider.fr
Pays : France
Dynamisme : 5

Visualiser l'article

Bruno Le Maire prévoit une réouverture des commerces le 11 mai



Le gouvernement n'est pas sûr que les commerces pourront rouvrir dans toutes les régions en même temps.
© Pier Francesco Grizi/Unsplash

Emmanuel Macron a fixé le 11 mai comme horizon pour une sortie du confinement, mais a prévenu que les Français ne pourront pas de suite "renouer avec la vie d'avant". Le gouvernement travaille maintenant à différents scénarios pour un déconfinement progressif à partir de cette date. Néanmoins, les commerces pourraient rapidement accueillir leurs clients à nouveau. "Nous sommes favorables à ce que le 11 mai, tous

Tous droits réservés à l'éditeur

les commerces puissent rouvrir", a affirmé le ministre de l'Économie Bruno Le Maire sur franceinfo , ce jeudi 23 avril. Enfin, presque tous. "Je laisse simplement de côté la restauration, les bars, les cafés, on sait qu'ils feront l'objet d'un traitement spécifique parce que ce sont des lieux de convivialité".

Bruno Le Maire a toutefois laissé entendre que les règles pour la réouverture des commerces pourraient être différentes selon les régions. "Est-ce qu'on le fait au niveau national, est-ce qu'il faut tenir compte des disparités au niveau régional ? C'est une évaluation sanitaire qui devra être faite", a-t-il affirmé. "La situation n'est pas la même suivant qu'on est en Aquitaine où il y a eu moins de cas de Covid ou si on est en Île-de-France où il y a eu beaucoup de cas de Covid et où le virus circule encore beaucoup". Le ministre a précisé que "ça n'a pas encore été tranché (...), ce sera des propositions qui seront soumises au Premier ministre".

Parmi les commerces déjà autorisés à ouvrir leurs portes, certains ont redémarré leur activité après avoir tiré le rideau le temps de mettre en place des mesures de protection. C'est le cas tout récemment de l'enseigne Leroy Merlin dont certains magasins accueillent de nouveau des clients depuis lundi dernier. Seuls les produits libre-service sont mis à la vente et le nombre de personnes en magasin est limité. Les cavistes Nicolas ont également pris des mesures pour pouvoir de nouveau ouvrir leurs portes. La plupart des autres commerces préfèrent néanmoins se limiter à un drive ou à la livraison à domicile . Une solution qui a du succès, chez McDonald's par exemple : face à l'afflux dans certains drives, la direction a décidé d'utiliser une barrière pour limiter le nombre de voitures en attente et éviter les bouchons aux abords de ses restaurants.

Tous droits réservés à l'éditeur

Télévision

■ M6 (22/04/20 à 20:01 | 00:02:36) : « Le 19.45 » *Xavier de Moulins*

Les addictions se développent en période de confinement. Reportage. Itw de Nadia Clerc, caviste Nicolas. Les clients font beaucoup d'achats.

(/checknews)

Certains commerces, comme des fleuristes ou cavistes, ont-ils rouvert récemment ?

Par Pauline Moullot(https://www.liberation.fr/auteur/15875-pauline-moullot) 21 avril 2020 à 10:06



Une fleuriste prépare des livraisons, à Paris, le 17 avril. Photo François Guillot. AFP

PARTAGER (https://www.facebook.com/sharer/sharer.php?u=https%3A%2F%2Fwww.liberation.fr%2Fchecknews%2F2020%2F04%2F21%2Fcertains-commerces-comme-des-fleuristes-ou-cavistes-ont-ils-rouvert-recemment_1785809&t=Certains+commerces%2C+comme+des+fleuristes+ou+cavistes%2C+ont-ils+rouvert+r%C3%A9cemment%C2%A0%3F)

TWEETER (https://twitter.com/intent/tweet?url=https%3A%2F%2Fwww.liberation.fr%2Fchecknews%2F2020%2F04%2F21%2Fcertains-commerces-comme-des-fleuristes-ou-cavistes-ont-ils-rouvert-recemment_1785809&text=Certains+commerces%2C+comme+des+fleuristes+ou+cavistes%2C+ont-ils+rouvert+r%C3%A9cemment%C2%A0%3F&via=libe&related=libe)

Les fleuristes peuvent uniquement vendre des fleurs sur commande ou en livraison, mais les cavistes ont toujours été autorisés à rester ouverts. Certains rouvrent progressivement.

Question posée par Serge le 20/04/2020

Bonjour,

Vous nous faites part de votre étonnement en constatant, ces derniers jours, la réouverture de certains commerces de proximité qui avaient, depuis le début du confinement, gardé leurs portes closes. Vous citez notamment, *«la fleuriste, le chocolatier, et le Nicolas»,* du nom de la chaîne de cavistes, de votre rue.

Tout d'abord, et pour rappel, les chocolateries et cavistes sont listés parmi les commerces pouvant continuer à accueillir du public, dans le premier décret du 15 mars, puis celui du 23 mars(https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000041746694&dateTexte=20200420), sur le confinement. Quarante-sept activités sont listées, dont celles de *«commerce de détail de pain, pâtisserie et confiserie en magasin spécialisé»*. Les chocolateries appartiennent à cette catégorie.

Les cavistes, eux, sont autorisés à ouvrir au titre de *«commerce de détail de boissons en magasin spécialisé»*. En ce qui concerne précisément la chaîne Nicolas, que vous évoquez dans votre question, celle-ci avait décidé dans un premier temps de fermer malgré tout l'ensemble de ses enseignes. *«Nous avions pris la décision de fermer alors que nous étions autorisés à rester ouverts, car nous ne savions pas comment nous organiser*, explique aujourd'hui le caviste. *Pendant la première semaine de confinement, nous avons réfléchi à un plan de sécurité adapté, pendant la deuxième semaine, nous avons demandé à une vingtaine de cavistes volontaires de rouvrir en testant ce plan, et depuis le 1er avril nous rouvrons progressivement nos magasins.»*

Réouverture progressive

Sur les 500 boutiques Nicolas en France, 370 étaient partiellement rouvertes ce lundi 20 avril. *«Nous laissons les gérants s'organiser, de manière autonome, et décider de la réouverture ou non. Ils doivent respecter certaines mesures, comme ne laisser entrer qu'un seul client à la fois, et les clients ont interdiction de toucher les bouteilles»*, explique la société, avançant qu'à terme, un petit nombre de boutiques resteront closes, principalement pour des raisons de santé.

Notons toutefois que, dans plusieurs communiqués publiés fin mars, la Confédération Générale de l'Alimentation en Détail (CGAD) se plaignait que certains cavistes, brasseurs ou chocolatiers aient été mis en demeure de fermer par les forces de l'ordre, qui jugeaient leurs activités non-essentielles. Qu'en est-il aujourd'hui ? La secrétaire générale de la CGAD, Isabelle Bricard, explique avoir *«moins de retours»*. *«Il y a eu certaines confusions à cause d'une mauvaise lecture du caractère "essentiel", mais nos commerces étaient bien autorisés à rester ouverts.»* Si certains d'entre eux ont essayé de rester ouverts au début du confinement, d'autres ont abandonné au bout d'une semaine, les chocolatiers ont rouvert vers Pâques, et

certains rouvrent actuellement. Au début du confinement, 83 % des commerces de proximité(https://www.epiciersdefrance.org/wp-content/uploads/2020/04/communique%CC%81enque%CC%82te.pdf) (hors hôtellerie-restauration) étaient ouverts (dont 11 % uniquement en livraison), selon un sondage du CGAD auprès de 1 500 entreprises répondantes. Les résultats d'une nouvelle enquête devraient être publiés en fin de semaine.

Fleurs en livraison

Concernant les fleuristes, ils ne font pas partie des commerces autorisés à accueillir du public. Mais, comme les libraires, certains commerçants ont décidé de maintenir leur activité par livraison, ou par commande, allant jusqu'à inventer le concept de «drive piéton». C'est le cas par exemple de la boutique Alésia Fleurs, dans le XIVe arrondissement de Paris. *«Au début, j'étais fermé, il n'y avait pas un seul fournisseur à Rungis. Aujourd'hui, il y en a trois. Je n'ai pas grand-chose, principalement des fleurs coupées, des roses et quelques géraniums pour les jardinières. On a eu la chance de trouver un fournisseur dans le sud de la France pour les lilas. Mais les clients, quand ils viennent chercher leur commande, ne rentrent pas dans la boutique, ils doivent rester sur le pas de la porte»*, explique le fleuriste. Une consigne confirmée par le président de la Fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur les 12 000 fleuristes français, il estime qu'environ 20 % ont maintenu une activité par livraison ou drive. *«On a sollicité une tolérance pour pouvoir ouvrir le 1er mai, pour le muguet, et demandé une ouverture anticipée avant le 11 mai*, explique Florent Moreau. *Mais nous n'avons pas encore eu de réponse pour l'instant.»*

Si vous avez pu aller en jardinerie, c'est parce que celles-ci, au motif d'exercer aussi une activité d'animalerie ou de quincaillerie, ont pu rester ouvertes selon le décret du 15 mars. Par ailleurs, le 1er avril, la secrétaire d'Etat auprès du ministre de l'Economie et des Finances, Agnès Pannier-Runacher, a déclaré que les plants potagers(https://www.la-croix.com/Culture/Art-de-vivre/Orner-votre-jardin-legumes-comestibles-2020-04-05-1201087899) étaient considérés comme des produits de première nécessité. Mais cela ne concerne pas les fleurs.

Cordialement

Pauline Moullot (https://www.liberation.fr/auteur/15875-pauline-moullot)

Saisissez des mots clés pour trouver rapidement une question RECHERCHEZ

— OU —

POSEZ UNE NOUVELLE QUESTION(/CHECKNEWS/DEMANDER/)

Nos dernières réponses

Actualites du Jour France

www.actualites-du-jour.eu
Pays : France
Dynamisme : 3454

Visualiser l'article

Certains commerces, comme des fleuristes ou cavistes, ont-ils rouvert récemment ?

Les fleuristes peuvent uniquement vendre des fleurs sur commande ou en livraison, mais les cavistes ont toujours été autorisés à rester ouverts. Certains rouvrent progressivement.

Question posée par Serge le 20/04/2020

Bonjour,

Vous nous faites part de votre étonnement en constatant, ces derniers jours, la réouverture de certains commerces de proximité qui avaient, depuis le début du confinement, gardaient leurs portes closes. Vous citez, notamment, «la fleuriste, le chocolatier, et le Nicolas», du nom de la chaîne de cavistes, de votre rue.

Tout d'abord, et pour rappel, les chocolateries et cavistes sont listés parmi les commerces pouvant...
source: Libération

Tous droits réservés à l'éditeur

www.ouest-france.fr
Pays : France
Dynamisme : 727

Visualiser l'article

Le Mans. Commerces : On ne ferme pas, rue du Docteur-Leroy

Depuis la mise en place du confinement lié au coronavirus, la majorité des entreprises (grandes ou petites) du Mans (Sarthe) a fermé. Cependant, certains commerçants ont choisi de rester ouverts, à la fois pour leur survie mais aussi pour leur clientèle. Notamment rue du Docteur-Leroy.
Ce vendredi 17 avril 2020, à la Gerbe d'or, une boulangerie située rue du Docteur-Leroy, au Mans, on croirait presque le coronavirus n'a jamais existé.

Comme d'habitude, une file d'attente s'étend depuis la porte d'entrée du commerce et l'on papote… Mais les masques chirurgicaux sur certains visages, les distances de sécurité entre chacun et les discussions rappellent la dure réalité. Depuis un mois déjà, toute la France est confinée.

« L'impression de revivre la guerre »
« Nous avons un comptoir assez large qui nous permet de nous tenir suffisamment éloigné des clients, explique Christophe Lecomte, le gérant. **On fait beaucoup de paiements sans contact et quand ils payent avec de la monnaie, on leur demande de la poser devant la caisse. Et pour les personnes plus âgées, nous faisons des livraisons. Beaucoup nous remercient d'être encore ouverts. Mais je sens que la population est un peu perdue. C'est même un choc pour certains clients plus âgés qui m'ont confié qu'ils avaient l'impression de revivre la guerre. »**

Sur les quatorze employés de la boulangerie, quatre d'entre eux travaillent encore et le chiffre d'affaires a baissé d'environ 70 %.

Juste à côté, la fromagerie, Aux fromages fins, tenue par Franck Gesland, résiste elle aussi au Covid-19. **« Comme la plupart des commerces de la rue, nous avons aménagé de nouveaux horaires. C'est vrai que mi-mars, peu de clients osaient sortir, mais depuis une semaine, je sens un léger mieux. Je pense que certains délaissent peu à peu les grandes surfaces. Mais cela reste en dessous de notre chiffre d'affaires habituel. Notamment parce que les professionnels de la restauration ne commandent plus. Aujourd'hui, je travaille pour maintenir ma trésorerie et profiter du sourire de mes clients, heureux de voir un commerce encore ouvert. »**

La boucherie n'a pas fermé
Quelques mètres plus loin, Denis Lerouge, boucher et gérant de la Rouelle de veau est en train de découper un steak à une cliente qui salive déjà à la vue du beau morceau de viande rouge.

« Nous n'avons pas fermé depuis le confinement. On a équipé le magasin d'une vitre en plexiglas pour le personnel, on respecte les mesures d'hygiène et on demande aux clients de respecter les distances. Une chose est sûre, si quelqu'un attrape le virus ici, je n'imagine même pas le nombre de personnes qui l'ont contacté dans les grandes surfaces… »

Une fois la viande, le fromage, le pain et le dessert acheté, pourquoi ne pas continuer et accompagner le tout d'une bonne bouteille de vin. Cela tombe bien car ce n'est pas les cavistes qui manquent dans la rue du Docteur-Leroy. Entre l'enseigne Nicolas et la boutique, L'un des sens, libre à chacun de faire son choix.

0oJUHs_jF2mioWdFtS8vPPDDwtpF6zIdSioTLBbGyeB_7nPK8C0IbwoPcg46cQgtNKrcrHBh1Q6kMSHxi84I-AcV9NTlWquK7y0pTrJHQ-OlNTM3

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Petite précision, si le second a fermé durant les premières semaines du confinement il a rouvert pour lancer un drive et un service de livraison.



Chaque matin, une file d'attente se forme devant la boucherie La rouelle de veau. Et comme chaque client respecte les distances de sécurité, elle s'étire toujours plus.

Ouest-France

0oJUHs_jF2mioWdFtS8vPPDDwtpF6zldSioTLBbGyeB_7nPK8C0IbwoPcg46cQgtNKrcrHBh1Q6kMSHxi84I-AcV9NTlWquK7y0pTrJHQ-OINTM3

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 749258



Date : Du 18 au 19 avril 2020
Journaliste : Alexandre MARTEL.

Sarthe

Des commerces tentent de survivre malgré tout

Depuis la mise en place du confinement, certains commerçants ont choisi de rester ouverts, à la fois pour leur survie mais aussi pour leur clientèle. Notamment rue du Docteur-Leroy, au Mans.

Vendredi, à la Gerbe d'or, une boulangerie située rue du Docteur-Leroy, au Mans, on croirait presque que le coronavirus n'a jamais existé.

Comme d'habitude, une file d'attente s'étend depuis la porte d'entrée du commerce et l'on papote... Mais les masques chirurgicaux sur certains visages, les distances de sécurité entre chacun et les discussions rappellent la dure réalité. Depuis un mois déjà, toute la France est confinée.

« L'impression de revivre la guerre »

« Nous avons un comptoir assez large qui nous permet de nous tenir suffisamment éloigné des clients, explique Christophe Lecomte, le gérant. **On fait beaucoup de paiements sans contact et quand ils payent avec de la monnaie, on leur demande de la poser devant la caisse. Et pour les personnes plus âgées, nous faisons des livraisons. Beaucoup nous remercient d'être encore ouverts. Mais je sens que la population est un peu perdue. C'est même un choc pour certains clients plus âgés qui m'ont confié qu'ils avaient l'impression de revivre la guerre. »**

Sur les quatorze employés de la boulangerie, quatre d'entre eux travaillent encore et le chiffre d'affaires a baissé d'environ 70 %.

Juste à côté, la fromagerie, Aux fromages fins, tenue par Franck Gesland, résiste elle aussi au Covid-19. **« Comme la plupart des commerces de la rue, nous avons aménagé de nouveaux horaires. C'est vrai que mi-mars, peu de clients osaient sortir, mais depuis une semaine, je sens un léger mieux. Je pense que certains délaissent peu à peu les grandes surfaces. Mais cela reste en dessous de notre chiffre d'affaires habituel. Notamment parce que les professionnels de la restauration ne commandent plus. Aujourd'hui, je travaille pour maintenir ma trésorerie et profiter du sourire de mes clients, heureux de voir un commerce encore ouvert. »**



Chaque matin, une file d'attente se forme devant la boucherie La rouelle de veau. Et comme chaque client respecte les distances de sécurité, elle s'étire toujours plus. | PHOTO : OUEST-FRANCE

La boucherie n'a pas fermé

Quelques mètres plus loin, Denis Lerouge, boucher et gérant de La rouelle de veau est en train de découper un steak à une cliente qui salive déjà à la vue du beau morceau de viande rouge.

« Nous n'avons pas fermé depuis le confinement. On a équipé le magasin d'une vitre en Plexiglas pour le personnel, on respecte les mesures d'hygiène et on demande aux clients de respecter les distances. Une chose est sûre, si quelqu'un attrape le virus ici, je n'imagine même pas le nombre de personnes qui l'ont contracté dans les grandes surfaces... »

Une fois la viande, le fromage, le pain et le dessert acheté, pourquoi ne pas continuer et accompagner le tout d'une bonne bouteille de vin. Cela tombe bien car ce n'est pas les cavistes qui manquent dans la rue du Docteur-Leroy. Entre l'enseigne Nicolas et la boutique, L'un des sens, libre à chacun de faire son choix.

Petite précision, si le second a fermé durant les premières semaines du confinement, il a rouvert pour lancer un drive et un service de livraison.

Alexandre MARTEL.

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 749258

Date : Du 18 au 19 avril 2020
Journaliste : Alexandre MARTEL.



Aux fromages fins, Franck Gesland a modifié les horaires et seulement un client est autorisé à entrer. | PHOTO : OUEST-FRANCE



À La rouelle de veau, une vitre en Plexiglas a été installée entre la cliente et l'employée. | PHOTO : OUEST-FRANCE

Tous droits réservés à l'éditeur



Coronavirus : les entreprises françaises n'attendent pas le 11 mai pour déconfiner



Le groupe Michelin rouvre progressivement ses usines, malgré des contestations de la part des syndicats.
Michelin

Le Coronavirus s'est abattu brutalement sur les entreprises françaises. Les deux premières semaines de confinement, 32 % de l'activité économique globale a chuté, selon la Banque de France. Face à la pression économique et au prolongement du confinement, de plus en plus d'entreprises, de première nécessité ou non, tentent de reprendre leur activité. Le patron du Medef les incite fortement à le faire. Geoffroy Roux de Bézieux a ainsi appelé "tous les entrepreneurs qui le peuvent à reprendre dès maintenant leur activité, en respectant bien entendu les règles sanitaires de sécurité".

C'est le cas notamment du groupe Michelin, un des premiers industriels à avoir fermé ses usines en Europe. Dans une interview au Monde, le PDG, Florent Ménegeux, explique avoir envoyé le 30 mars une vidéo à ses équipes pour signaler "la reprise des activités en France et en Europe". L'usine de Troyes, dans l'Aube, a commencé à cuire son premier pneu le 1er avril pour approvisionner le monde agricole. "Il est important de comprendre que le redémarrage d'activités industrielles comme celles de Michelin prend du temps. Nous montons graduellement en cadence les capacités de production", explique le PDG.

Ne pas rater le redémarrage de l'appareil industriel

Tous droits réservés à l'éditeur

Car il s'agit de ne pas rater le redémarrage de l'appareil industriel. La filière automobile, dont le marché s'est effondré de 72 %, s'inquiète particulièrement. Elle estime que la reprise est d'une "urgence vitale" au moment où "l'industrie allemande accélère, en phrase avec son gouvernement, la préparation du redémarrage rapide aussi bien de son appareil de production que de ses activités de vente (…)." Le gouvernement français assure pourtant travailler sur ce point. Dans une interview aux Échos, le ministre de l'Économie, Bruno Le Maire, explique avoir engagé un travail avec "toutes les filières pour regarder quelles sont les modalités de déconfinement pour chacune d'entre elles." Et d'ajouter : "Elles sont très variables et complexes d'un secteur à l'autre."

En attendant un plan global de déconfinement, chaque entreprise fait ses propres choix, en s'adaptant à la situation. Les magasins de vin Nicolas par exemple n'ont rouvert leur porte que le 1er avril alors qu'ils étaient considérés comme des commerces alimentaires essentiels. Mais l'enseigne explique avoir pris le temps de mettre en place un protocole pour sécuriser ses équipes et les consommateurs.

Conflits entre reprise et sécurité sanitaire

Chez McDonald's, le groupe qui a fermé ses quelque 1 500 restaurants, a décidé de redémarrer partiellement son activité. Début avril, l'enseigne a rouvert une quinzaine de sites dans l'Ouest et la région parisienne via le drive et la livraison à domicile, avec des mesures de précaution accrues consignées dans un guide publié pour l'occasion. Ce dernier établit notamment la fin du paiement en espèce, le port du masque obligatoire ou encore une réduction des équipes. "Si le test fonctionne et qu'il est validé sur le terrain, il sera élargi à une trentaine d'autres restaurants dans une phase 2, au cours de laquelle nous réévaluerons l'ensemble des process trois fois par semaine", a fait valoir le groupe à Ouest France.

Reste à convaincre les syndicats et les salariés de la nécessité de cette reprise de l'activité alors que le Coronavirus a provoqué près de 15 000 décès en France. D'un côté, les "pro-reprise" arguent qu'un arrêt économique prolongé aura des conséquences sociales désastreuses. De l'autre côté, les syndicats appellent à ne pas se précipiter sans garantie sanitaire. À Cholet par exemple, trois syndicats de l'usine de Michelin estiment que toutes les conditions ne sont pas réunies pour cette relance progressive.

Marina Fabre, @fabre_marina

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 16/04/2020
Heure : 10:08:28
Journaliste : Justine Gravé

www.reussir.fr
Pays : France
Dynamisme : 25

Visualiser l'article

Les cavistes limitent la casse grâce à la livraison à domicile

Autorisés à ouvrir pendant le confinement, les cavistes ont toutefois dû adapter tant la configuration de leurs magasins que leur façon de vendre, notamment en développant la livraison. Malgré quelques bonnes surprises dans les zones accueillant des citadins en exode, les ventes sont en berne.



Pour poursuivre leur activité, de nombreux cavistes ont développé la livraison, comme ici aux Caves du forum à Reims, qui expédient des commandes dans toute la France. Ceux qui le peuvent ont reconfiguré leurs magasins pour pouvoir accueillir leurs clients dans le respect des consignes sanitaires.
© J.-C Gutner

Pour assurer le respect des mesures barrières, les commerces de détail de boissons en magasin spécialisé ont d'abord dû revoir la configuration de leurs boutiques. Quitte à fermer complètement. « *À la veille du confinement, trouver du matériel de protection était mission impossible. On a donc fermé l'ensemble de nos points de vente ainsi que notre plateforme de stockage de vins destinés à la vente en ligne* », expose Laurent Crochemore, directeur opérationnel de l'enseigne francilienne le Repaire de Bacchus. Le réseau V & B, un concept mixant consommation sur place et espace de vente de vins, présent dans une grande moitié sud de l'Hexagone, a également fait le choix de fermer l'ensemble de ses sites. « *Une décision difficile à prendre car cela implique de mettre plus de 200 personnes au chômage technique, mais que nous avons*

Tous droits réservés à l'éditeur

estimé nécessaire pour leur sécurité", confie Hugues Laborde, responsable technique des propriétés viticoles appartenant au groupe.

Des horaires d'ouverture aménagés et des accès aux rayons limités



Même chose du côté de l'enseigne Nicolas qui a pris deux semaines pour mettre en place un plan de sécurité et le tester dans des magasins pilotes. « *Notre objectif était de garantir à nos collaborateurs et à nos clients un environnement extrêmement sécurisé à l'intérieur de nos boutiques* », confie Christopher Hermelin, son directeur marketing et communication. Au 1 er avril, 320 boutiques Nicolas sur 500 avaient rouvert, appliquant des consignes strictes : un seul client à la fois dans la boutique, paiement en carte bancaire uniquement et pas de circulation dans les rayons.

Tous droits réservés à l'éditeur



Du côté des cavistes indépendants, la fermeture totale n'a que plus rarement été appliquée, malgré les recommandations de la Fédération des cavistes indépendants, car elle signifie une absence totale de revenu. La plupart ont toutefois réduit leurs horaires d'ouverture. « *Les deux jours précédant le confinement, on se serait cru la veille de noël tellement il y avait de monde* , témoigne Patricia Monnier, gérante du magasin vins d'Oc et d'ailleurs, à Agde. *Mais depuis qu'il est officiel, c'est une autre affaire.* » La baisse de fréquentation l'a incité à n'ouvrir que 3 heures le matin, du lundi au samedi. « *Les gens savent que c'est fermé l'après-midi, ce qui les incite à rester chez eux* », poursuit-elle. Le midi, quand elle rentre chez elle, la commerçante a pris l'habitude de livrer les commandes passées le matin même ou la veille, dans les villages alentour. " *C'est clair que la livraison nous permet de limiter les dégâts.* » Patricia Monnier estime avoir fait environ la moitié de son chiffre d'affaires habituel au cours du mois de mars. « *Je vis sur les stocks, à part pour le vrac que je vais chercher chez un client à 10 minutes d'ici. Ce qui est sûr c'est que j'honorerai d'abord mes factures auprès des petits vignerons, et après celles des négociants et grandes maisons.* »

Vente au comptoir et livraisons à domicile

Sur le bassin d'Arcachon, Philippe Taupy, qui possède deux boutiques, dresse un bilan un peu plus optimiste. « *L'exode des citadins venus se réfugier sur le bassin nous permet de maintenir notre activité à un bon niveau* », juge-t-il, avant d'ironiser sur le fait qu'au Cap Ferret, « *ce sont les vacances de Pâques avant l'heure !* » Pour assurer les gestes barrières, Philippe Taupy a opté pour la vente au comptoir dans le plus petit de ses deux magasins. Il ne laisse pénétrer que deux personnes à la fois dans le second magasin, plus grand, et qui comprend un rayon épicerie. Et tous les jours, il livre à domicile. " *Si j'ai toujours de la demande une fois le confinement terminé, ce qui est probable car la population locale est relativement âgée, peut-être que je continuerai à livrer ",* envisage-t-il. Partout, la livraison ou le drive piéton semblent rencontrer un certain succès auprès des consommateurs qui limitent leur temps de sortie. Depuis le début du confinement, les caves Nysa, enseigne francilienne, ont mis en place les commandes par téléphone ou par Facebook, acheminées chez les clients par des livreurs Deliveroo ou Stuart. Un système qui fonctionne bien, mais qui reste largement insuffisant pour compenser les pertes occasionnées par la fermeture au public des magasins. « *Les jours où*

Tous droits réservés à l'éditeur

les magasins sont ouverts pour les commandes, ils font de bonnes journées. Mais on en ouvre que deux par jour, contre 55 en temps normal », recontextualise Alice Weber, directrice de la communication de l'enseigne. Un constat partagé par la plupart de ses collègues. « *Nous avons multiplié par cinq nos ventes en ligne,* note Laurent Crochemore. *Mais internet fait le chiffre de ce que ferait un de nos petits magasins en temps normal.* » Tous vivent sur leurs stocks, et attendent la fin du confinement pour se réapprovisionner. « *Mais la chaîne logistique n'est pas complètement à l'arrêt donc si on a besoin de se réapprovisionner entre-temps, cela ne devrait pas être trop compliqué* », affirme Christopher Hermelin.

Des comportements de consommation très variables selon les zones

Que consomment les Français confinés ? Si la tendance n'est pas à la surconsommation malgré le développement des apéros virtuels, la réponse à cette question varie beaucoup selon les zones. « *Je vends deux à trois fois plus de BIB et de vin en vrac que d'habitude* », commente Patricia Monnier, à Agde. Elle remarque que sa clientèle d'habitués vient moins souvent, mais achète en plus grande quantité. Chez Philippe Taupy, les BIB aussi ont le vent en poupe ainsi que les références entre 5 et 7 €. Le site internet du Repaire de Bacchus enregistre des ventes plus panachées que d'accoutumée. « *On a des cartons de six, avec six références différentes, plutôt milieu de gamme* », relève Laurent Crochemore. La tendance est toute autre chez Nysa, où la clientèle est essentiellement composée de cadres parisiens. « *Comme ils ne dépensent plus dans les restaurants et bars, ils se font plaisir sur les bouteilles. On a vendu de très belles références de champagne* », témoigne Alice Weber. Une tendance dont témoigne aussi l'enseigne Nicolas, présente partout en France. « *On vend pas mal de BIB ainsi que des champagnes et des crus bourgeois du Médoc* », rapporte Christopher Hermelin. En revanche, les consommateurs semblent bouder les spiritueux. Avec l'arrivée des beaux jours, les cavistes se préparent à un nouveau coup dur. « *Traditionnellement, les vacances d'avril lancent la saison des rosés* , commente Patricia Monnier. *Mais cette année, je ne suis pas certaine que les Français, cloîtrés chez eux, aient autant envie d'en consommer.* »

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Le boom des sites spécialisés de ventes de vins en ligne



« Avec le confinement, les commandes partent avec du retard, mais les clients ne sont pas pressés, ils sont patients, bien plus sympas et finalement contents qu'on puisse les livrer...' - crédit photo : Pixabay

Depuis la mise en place du confinement en France, les plateformes de e-commerce vendant du vin aux particuliers affichent une explosion de leur activité.

Qu'il s'agisse de *« pure-players »* comme Vin-Malin, Millesima, le Petit ballon et les Grappes, ou bien de cavistes, comme Nicolas, le Repaire de Bacchus et Lavinia, les ventes de vins depuis le début du confinement ont décollé. Pour le site Vin-Malin, les commandes ont presque triplé depuis la semaine du 9 mars, et le panier moyen a augmenté de +125 % dans la semaine du 30 mars au 3 avril. Conséquence : le chiffre d'affaires par semaine a fait un bond de 360 % par rapport au début d'année 2020.

Au Petit Ballon, on a enregistré +250 % de C.A. sur la période du 12 mars au 8 avril par rapport à la même période l'an dernier, et +200 % du nombre de commandes : « C *e ne sont pas de nouveaux clients mais des gens qui nous connaissent, qui sont déjà dans nos bases* », constate Martin Ohannessian, l'un des fondateurs. « *Nous constatons une progression de notre activité supérieure à 100% par rapport à l'année dernière, auprès des particuliers, avec des volumes équivalents aux périodes de Noël* , indique de son côté Loïc Tanguy, du site les Grappes. *En revanche, la plateforme les grappes Pro est à l'arrêt... »*

"Des taux de conversion plus forts "

Chez Millésima, la tendance est aussi positive, mais moins marquée, avec une progression sur le mois de mars du chiffre d'affaires de +5 % et sur la première semaine d'avril de +30 % ; là encore, les hausses sont liées à une forte augmentation du nombre de commandes. Positionné sur des vins haut-de-gamme, le panier moyen a diminué (de 44 à 36 €/col). « *Les achats de rosés progressent fort, grâce au beau temps. Il y a aussi plus de panachage* , constate Fabrice Bernard, son PDG. *On sent les notions de plaisir et d'envie derrière..*

Tous droits réservés à l'éditeur

». Même constat au Petit Ballon : *«N* os clients *commandent plusieurs bouteilles différentes, panachent, avec des références connues et des vins plus originaux, pour faire de nouvelles découvertes* », explique son responsable. Autre constat pour ce site : la part féminine dans la clientèle, qui a explosé, de +300 %.

Pour les chaînes de cavistes *« traditionnels »* comme Nicolas ou Lavinia, qui ont dû fermer les portes de leurs magasins, leur site web permet le maintien d'une relative activité, sans pour autant compenser les pertes. Celle du caviste Lavinia, qui représente le quart de ses ventes totales, avait progressé début avril de +125 % par rapport à la même période l'an dernier, et est désormais stabilisé. Une progression liée à la fois au nombre de commandes, multiplié par deux, et au montant du panier moyen, qui est passé de 300 à 350 € environ.

"Egayer le confinement"

« *Nous ne déployons plus les dispositifs d'acquisition habituels de visiteurs, donc le trafic a baissé ; mais cela est compensé par un taux de conversion plus for* t », ajoute Edouard Maguin, responsable de Lavinia. Les visiteurs sont plus « *qualifiés* », en d'autres termes, ils arrivent sur le site moins par hasard, avec des montants d'achats supérieurs. Ce dernier constate que les vins commandés correspondent plutôt à des *« entrées de gamme »* (de 15 à 45 €) destinés à une consommation plus « *courante* », « *pour égayer le confinement* ». Le site web Nicolas a quant à lui vu son chiffre d'affaires du mois de mars 2020 quintupler par rapport à mars 2019, avec une activité supérieure à la période de Noël, mais sans l'esprit des fêtes.

Le challenge de la logistique pendant le confinement

Tous ces sites marchands ont par ailleurs en commun d'avoir réussi à maintenir l'organisation logistique, qui reste le principal challenge pour le e-commerce. « *Les 1ers jours du confinement, nous avons eu des fermetures d'agence de nos logisticiens mais nous avons aujourd'hui retrouvé la même qualité de service* », témoigne Loïc Tanguy. « L *a grosse difficulté ne vient pas du transport mais des hubs logistiques qui sont fermés ou en activité restreinte, mais ce n'est pas notre cas* », résume Edouard Marguin. « *Notre logisticien a pris toutes les mesures nécessaires pour poursuivre son activité, mais les coûts ont augmenté* », indique pour sa part Martin Ohannessian, du Petit Ballon. «L *e transport, c'est ce qu'il y a de plus compliqué* , témoigne Fabrice Bernard, qui travaille avec deux sociétés. *Mais il n'y a pas eu d'arrêt, juste une baisse des volumes* ».

Les transporteurs ont donc globalement réussi à maintenir leur services, permettant aux sites de e-commerce de livrer leurs clients. Les délais de livraison, qui sont effectuées désormais uniquement à domicile, sont néanmoins souvent rallongés de quelques jours par rapport à la « normale ». « *Mais les gens sont chez eux, ils sont compréhensifs »* , poursuit le dirigeant de Millésima, site qui livre ses clients français en 5 jours au lieu de 3.

« *Les commandes partent avec du retard, mais les clients ne sont pas pressés, ils sont patients, bien plus sympas et finalement contents qu'on puisse les livrer* », témoigne Martin Ohannessian, qui compte un délai de livraison moyen de 8 jours actuellement. « *Il y a quelques retards mais les clients restent satisfaits du*

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

service proposé, comme en témoignent les retours qui restent très positifs ; le notes de satisfaction sont très bonnes et ont même progressé le mois dernier », confirme Jean-Christophe Gallois, directeur des opérations du site vin-malin.fr.

Tous droits réservés à l'éditeur

L'Officiel de la Franchise.fr

Date : 15/04/2020
Heure : 12:23:34
Journaliste : Camille Boulate

officieldelafranchise.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Nicolas : “Avec le coronavirus, il était important de rouvrir dans les meilleures conditions”



À l'annonce du confinement, l'enseigne de cavistes Nicolas a fait le choix de fermer ses 500 points de vente, alors qu'elle était autorisée à faire perdurer son activité. Un choix stratégique pour le réseau qui a profité de ce temps de fermeture pour réfléchir à une stratégie sanitaire pour accueillir les clients le mieux possible. Depuis le 1er avril, une majorité de boutiques a rouvert ses portes. Explications avec Christopher Hermelin, chief marketing officer au sein de l'enseigne. Pourquoi avoir fait le choix de fermer, dans un premier temps, la totalité de vos points de vente ?
Effectivement, lors de l'annonce du gouvernement le 15 mars dernier de fermer tous les commerces et restaurants, nous avons tout de suite pris la décision de fermer. D'abord parce qu'il y avait un vrai flou concernant notre activité, nous avons eu la confirmation le lundi 16 mars que nous étions considérés comme un commerce alimentaire essentiel. Toutefois, la décision de fermer l'ensemble de notre réseau a été maintenue. Tout simplement parce que c'est la première fois que nous vivons une crise sanitaire de la sorte et que nous nous interrogions sur les meilleurs moyens à déployer pour assurer la sécurité de nos collaborateurs mais aussi de nos clients. Nous nous sommes dit que cela serait plus simple d'y réfléchir, à tête reposée, avec tous les points de vente fermés. Il est très difficile d'être dans l'action et la réflexion. Cette crise est une première pour tout le monde.

Concrètement, qu'avez-vous fait pour améliorer la sécurité ?

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Pendant la période de fermeture, qui a duré une dizaine de jours, nous avons élaboré un plan de sécurité complet que nous avons testé auprès de cavistes volontaires. L'objectif était de voir si ce que nous avions réfléchi et élaboré sur le papier pouvait être déployé sur le terrain. Parfois il peut y avoir des écarts et il fallait que l'on puisse ajuster les choses. Au final, ce que nous avions pensé était assez cohérent et les ajustements se sont faits à la marge.

Sur quoi repose ce plan de sécurité ?
Il a été réfléchi en suivant plusieurs axes. D'abord, n'est autorisé à entrer dans le magasin un seul client à la fois. La porte est ouverte et fermée par le caviste uniquement, les clients ont interdiction de toucher aux bouteilles et doivent suive un balisage au sol pour respecter les normes de sécurité en matière de distanciation sociale. Enfin, uniquement les paiements en cartes bancaires sont acceptés afin de limiter un maximum les contacts et de proposer les conditions de sécurité optimale. Bien évidemment, à cela s'ajoutent les gestes barrière tels qu'ils sont définis par le gouvernement.

Combien de caves sont aujourd'hui opérationnelles ?
En moins de 15 jours, 350 points de vente sur 500 ont rouvert leurs portes. Nous avons opté pour des réouvertures progressives parce qu'il y a plusieurs facteurs à prendre en compte. D'abord, il a fallu évidemment adapter le plan selon la typologie de la cave. Car cela ne se déploie pas de la même façon si votre magasin fait 50 ou 100 mètres carrés. Ensuite, il a fallu étudier la zone de chalandise mais aussi que le caviste soit en bonne santé et ne fasse pas partie des personnes à risque pour rouvrir. Typiquement, une personne qui a du diabète ne rouvrira pas tant que l'épidémie sera là. Après, nous avons laissé assez de souplesse à nos cavistes et chacun s'est adapté. Par exemple, certains ont fait le choix d'ouvrir uniquement le matin en prenant les commandes par téléphone, e-mail ou en réceptionnant les clients dans le magasin et effectuent les livraisons l'après-midi.

Quels sont les premiers retour en matière de chiffre d'affaires ?
Il faut avoir en tête qu'à partir du moment où vous mettez en place un plan de sécurité, forcément l'activité est plus légère. Le vin, aujourd'hui, tout le monde en vend. Que ce soit le commerçant de quartier (boucher, primeur, etc.) ou les magasins de grande distribution. Ce que nous constatons, c'est qu'à certains endroits, les performances ont explosé par rapport au début du confinement. C'est le cas, par exemple, en périphérie de Paris où certains de nos cavistes font de très bons résultats malgré la période. En revanche, à Paris, il y a des arrondissements où l'activité est très faible car les habitants sont partis. Globalement, les chiffres sont stables, il y a une vraie demande des consommateurs.

Qu'en est-il du e-commerce ? Avez-vous perçu une augmentation de votre activité ?
Il y a eu effectivement une hausse très importante du chiffre d'affaires sur le site Internet. Si nous regardons le mois de mars au global, nos vente ont été multipliées par 5. Si l'on se focalise uniquement sur la dernière quinzaine, période du confinement, nos ventes ont été multipliées par 10. Il y a donc eu une véritable envolée sur le site Internet avec des phénomènes nouveaux. Le premier : il y a eu un effet de stockage de la part des clients, avec l'achat de cubis de 5 litres par exemple. Nous avons également remarqué une nouvelle clientèle, pas ou peu habituée à notre enseigne, ce qui fait que nous avons eu une hausse de l'acquisition mais aussi de notre panier moyen (+20 % sur le mois de mars). Enfin, le dernier phénomène est une montée en gamme des produits achetés. Nous avons remarqué cette notion de se faire plaisir et d'acheter des produits plus qualitatifs .

Selon vous, le digital est-il l'avenir du marché du vin ? Que pensez-vous des innovations comme le caviste virtuel proposée par des entreprises telles que Matcha ?

Tous droits réservés à l'éditeur

Je pense que le digital permet de faire plein de choses et révolutionne de nombreux marchés. Toutefois, plus on se digitalise, plus nous avons besoin de relation humaine. La valeur ajoutée du caviste est clairement cette relation humaine et de conseils que l'on peut apporter à la clientèle. Le caviste virtuel, c'est très bien mais cela reste une machine derrière. Quand le client a vraiment besoin de conseils, la relation humaine est importante et il n'hésite pas à se déplacer en boutique. Je pense donc que c'est une erreur stratégique de penser qu'il est possible de tout dupliquer sur Internet. Cela ne marche pas comme ça. Il y a clairement des choses qui ne sont pas transposables.

Pour vous, cette période aura-t-elle un impact sur la relation entre le commerçant et le client ?
Clairement, la période que nous vivons est une extraordinaire expérience. Je pense que notre relation aux autres ne va pas du tout être la même et y compris avec les commerçants. Le commerce de proximité, j'en suis persuadé, a de beaux jours devant lui car les consommateurs vont vouloir une relation humaine. Nous sommes donc plutôt confiants pour la reprise même si cela risque d'être long. Nous pensons que cette période aura un véritable impact sur la façon de consommer mais nous ne savons pas dans quelle mesure.

Quels sont vos objectifs de développement de Nicolas ? Avez-vous revu vos ambitions à la baisse ?
Nous n'avons pas d'objectifs chiffrés sur l'année 2020. La période de confinement a été propice à de nouveaux contacts qui sont prêts à se lancer. Sur trois ans, toutefois, notre volonté est d'accentuer le développement en franchise et d'ouvrir 100 nouveaux points de vente avec des franchisés. Pour cela, nous cherchons des personnes qui seront opérationnelles dans leur cave et qui connaissent leur territoire. Car notre objectif est de nous implanter sur des territoires où nous sommes aujourd'hui peu présents et pour lesquels nos franchisés auront l'expertise.

Vous avez lancé, il y a un an, une enseigne en partenariat avec De Neuville et Comtesse du Barry avec l'ouverture d'un magasin à Vichy. Qu'en est-il de ce déploiement ? Quel est le bilan après un an d'exploitation ?
Notre volonté était de voir, dans un premier temps, les résultats sur la première année avant d'envisager de déployer le concept. Avec l'année qui vient de s'écouler (Gilets Jaunes, grèves et maintenant le confinement) c'est très compliqué d'avoir du recul même si les chiffres sont bons et que la boutique de Vichy fonctionne bien. Nous nous laissons encore du temps pour analyser les performances de Savour Histoires de Gourmets et penser à un déploiement. Parallèlement, nous continuons les opérations couplées entre les enseignes. Pour Pâques, par exemple, nous avions un coffret vin/chocolat à proposer à nos clients.

Tous droits réservés à l'éditeur

Publié le 15 avril 2020

POLITIQUE

CORONAVIRUS : LES ENTREPRISES FRANÇAISES N'ATTENDENT PAS LE 11 MAI POUR DÉCONFINER

Le Coronavirus a mis au point mort l'activité économique en France. Les entreprises, qui résistent difficilement, tentent de relancer au moins partiellement leur activité. C'est le cas de Michelin, un des premiers industriels à avoir fermé ses usines ou encore de McDonald’s qui lance des tests de drive dans une quinzaine de restaurants avant une possible généralisation. Reste à convaincre les syndicats et salariés que les mesures de protection sanitaires sont suffisantes.



Le groupe Michelin rouvre progressivement ses usines, malgré des contestations de la part des syndicats.
Michelin

Le Coronavirus s'est abattu brutalement sur les entreprises françaises. Les deux premières semaines de confinement, 32 % de l’activité économique globale a chuté, selon la Banque de France. Face à la pression économique et au prolongement du confinement, de plus en plus d’entreprises, de première nécessité ou non, tentent de reprendre leur activité. Le patron du Medef les incite fortement à le faire. Geoffroy Roux de Bézieux a ainsi appelé *"tous les entrepreneurs qui le peuvent à reprendre dès maintenant leur activité, en respectant bien entendu les règles sanitaires de sécurité".*

C’est le cas notamment du groupe Michelin, un des premiers industriels à avoir fermé ses usines en Europe. Dans une interview au Monde, le PDG, Florent Ménegeux, explique avoir envoyé le 30 mars une vidéo à ses équipes pour signaler *"la reprise des activités en France et en Europe".* L’usine de Troyes, dans l’Aube, a commencé à cuire son premier pneu le 1er avril pour approvisionner le monde agricole. *"Il est important de comprendre que le redémarrage d’activités industrielles comme celles de Michelin prend du temps. Nous montons graduellement en cadence les capacités de production",* explique le PDG.

Ne pas rater le redémarrage de l’appareil industriel

Car il s’agit de ne pas rater le redémarrage de l’appareil industriel. La filière automobile, dont le marché s’est effondré de 72 %, s’inquiète particulièrement. Elle estime que la reprise est d’une *"urgence vitale"* au moment où *"l’industrie allemande accélère, en phrase avec son gouvernement, la préparation du redémarrage rapide aussi bien de son appareil de production que de ses activités de vente (…)."* Le gouvernement français assure pourtant travailler sur ce point. Dans une interview aux Échos, le ministre de l’Économie, Bruno Le Maire, explique avoir engagé un travail avec *"toutes les filières pour regarder quelles sont les modalités de déconfinement pour chacune d’entre elles."* Et d’ajouter : *"Elles sont très variables et complexes d’un secteur à l’autre."*

En attendant un plan global de déconfinement, chaque entreprise fait ses propres choix, en s’adaptant à la situation. Les magasins de vin Nicolas par exemple n’ont rouvert leur porte que le 1er avril alors qu’ils étaient considérés comme des commerces alimentaires essentiels. Mais l’enseigne explique avoir pris le temps de mettre en place un protocole pour sécuriser ses équipes et les consommateurs.

Conflits entre reprise et sécurité sanitaire

Chez McDonald’s, le groupe qui a fermé ses quelque 1 500 restaurants, a décidé de redémarrer partiellement son activité. Début avril, l’enseigne a rouvert une quinzaine de sites dans l’Ouest et la région parisienne via le drive et la livraison à domicile, avec des mesures de précaution accrues consignées dans un guide publié pour l’occasion. Ce dernier établit notamment la fin du paiement en espèce, le port du masque obligatoire ou encore une réduction des équipes. *"Si le test fonctionne et qu’il est validé sur le terrain, il sera élargi à une trentaine d’autres restaurants dans une phase 2, au cours de laquelle nous réévaluerons l’ensemble des process trois fois par semaine",* a fait valoir le groupe à Ouest France.

Reste à convaincre les syndicats et les salariés de la nécessité de cette reprise de l’activité alors que le Coronavirus a provoqué près de 15 000 décès en France. D’un côté, les "pro-reprise" arguent qu’un arrêt économique prolongé aura des conséquences sociales désastreuses. De l’autre côté, les syndicats appellent à ne pas se précipiter sans garantie sanitaire. À Cholet par exemple, trois syndicats de l’usine de Michelin estiment que toutes les conditions ne sont pas réunies pour cette relance progressive.

Marina Fabre, @fabre_marina

© 2020 Novethic - Tous droits réservés

FINANCE DURABLE - Publié le 09/4/2020

Coronavirus : en quelques jours, le nombre de milliardaires a chuté dans le monde

Face à la pandémie du Coronavirus, les milliardaires ne sont pas immunisés. Selon le célèbre classement Forbes des plus grosses fortunes mondiales, le nombre de milliardaires a chuté, tout comme le montant de leur fortune. Si Jeff Bezos, le patron d'Amazon, conserve son titre d'homme le...

CONDITIONS DE TRAVAIL - Publié le 09/4/2020

Coronavirus : la destruction de 195 millions d'emplois dans le monde provoque une "crise humanitaire sociale"

Les trois grandes organisations mondiales du travail, l'Organisation internationale du travail (OIT), la confédération internationale des syndicats et celle des employeurs lancent l'alerte. Elles appellent à un plan d'action global à la hauteur de la crise sociale qui ne cesse de...



POLITIQUE - Publié le 11 avril 2020

Onze ministres européens de l'Environnement veulent une relance économique verte après la crise du Coronavirus

Ce n'est pas un message anodin. Onze ministres de l'Environnement de l'Union Européenne, dont la France, ont signé une tribune appelant à ne pas oublier la lutte contre le réchauffement climatique et la préservation de la biodiversité, dans l'urgence de la reprise économique. Le risque de recul sur...



POLITIQUE - Publié le 10 avril 2020

Coronavirus : Les ministres des Finances européens finissent par s'accorder sur un plan d'aide à 540 milliards d'euros

Il leur aura fallu deux réunions, espacées d'une journée, pour enfin se mettre d'accord sur une réponse commune aux dégâts économiques engendrés par la pandémie. Les ministres des Finances européens, réunis au sein de l'Eurogroupe, se sont accordés sur trois dispositifs de financement du chômage...



POLITIQUE - Publié le 10 avril 2020

Coronavirus : la France relève son plan d'urgence de 45 à 100 milliards d'euros

Alors que la France va voir son PIB 2020 chuter d'au moins 6 %, soit la pire récession depuis la Seconde guerre mondiale, le gouvernement vient d'annoncer le doublement de son plan d'urgence. Destiné à soutenir les entreprises face au Coronavirus, il passe de 45 à 100 milliards d'euros. Nous mettons...

LSA LA QUOTIDIENNE
Pays : FR
Périodicité : Quotidien





Date : 14 avril 2020
Page de l'article : p.23-24
Journaliste : SYLVIE LEBOU-LENGER

[Coronavirus] Repaire de Bacchus ouvre à nouveau

SYLVIE LEBOULENGER | **BOISSONS, BOISSONS ALCOOLISÉES, LA MARTINIQUAISE**

PUBLIÉ LE 14/04/2020

Quelques jours après le réseau Nicolas, le caviste Repaire de Bacchus a décidé d'ouvrir à nouveau les portes de ses magasins, à l'exception du Repaire du Printemps, la cave du Printemps du Goût, et cela après quatre semaines de fermeture et l'élaboration d'un plan strict de mesures de distanciation sociale.



Réouvrir ses magasins est un moyen de soutenir la filière viticole. © DR

Le 14 mars dernier, la direction de Repaire de Bacchus avait décidé de fermer les portes de ses boutiques. L'e-shop a repris son activité dès le 25 mars avec un service de livraison à domicile. Celui-ci a vu ses ventes multipliées par six, annonce ce caviste dont le capital est majoritairement détenu par la Cofepp, la maison mère de La Martiniquaise et de Bardinet. Aujourd'hui, 14 avril, c'est l'ensemble de ce réseau qui ouvre ses portes, à l'exception du Repaire du Printemps, le grand magasin du boulevard Haussmann restant fermé.

Comme pour Nicolas, le réseau de cavistes du groupe Castel, qui a déjà réouvert ses portes, Repaire de Bacchus a réfléchi à l'élaboration d'un plan de sécurité sanitaire « zéro contact ». Ce réseau a consacré une semaine à aménager ses boutiques et à les tester pour assurer un maximum de sécurité sanitaire aux cavistes et aux clients.

Voici les mesures prises :

1. Marquage au sol à l'extérieur pour respecter une distance minimum d'1 mètre
2. Porte maintenue ouverte pour éviter tout contact manuel
3. Un seul client à la fois autorisé à entrer dans la boutique
4. Respecter la zone d'accès limité a un espace entre la porte et la caisse, et délimitée par un marquage au sol et une disposition de caisses bois
5. Interdiction de toucher aux bouteilles et d'accéder aux rayons

Tous droits réservés à l'éditeur

6. Seuls les paiements par carte bancaire sont acceptés
7. Pose d'une vitre plexi en façade de caisse pour les caisses les plus exposées
8. Désinfection du TPE avant et après chaque encaissement, de la vitre plexi et de toutes zones de contact clients
9. Les cavistes sont équipés de masques, de gants et de gel hydro alcoolique.

A noter que Repaire de Bacchus donnera une prime spéciale sera versée aux cavistes.

Après quatre semaines de fermeture, l'intégralité du réseau de boutiques Repaire de Bacchus a pu rouvrir ses portes aujourd'hui, sauf celle du Printemps Haussmann qui reste fermée. "Le dernier maillon de la chaîne est remis en place et rétablit le lien entre nos amis vignerons et nos clients, pour le plus grand espoir des uns et le bonheur des autres", conclut le réseau de cavistes.

Tous droits réservés à l'éditeur

www.nlto.fr
Pays : France
Dynamisme : 2

Visualiser l'article

Chine fermée puis commerce en chute : le secteur du vin dans la tourmente

Pour les viticulteurs la situation est grave avec le chamboulement planétaire du Covid-19. Après les pressions américaines de 2019, la fermeture des frontières chinoises puis le confinement généralisé pèsent lourdement sur le secteur.



Creative Commons - Pixabay

La crise n'a pas commencé avec le confinement, mais ce dernier l'a fortement aggravée. Le secteur français du vin est dans l'incertitude. Même si la crise n'a pas lieu au plus fort de l'activité, les premiers chiffres montrent que l'heure est grave. « Alors que la situation avait commencé à se dégrader en octobre 2019 avec l'application de la taxe Trump sur les exportations de vins français vers les Etats-Unis, la diffusion du coronavirus a soudain plongé la profession viticole française dans la crise. A partir de janvier, les portes du marché chinois se sont fermées, puis progressivement l'ensemble des débouchés a été mis à l'arrêt avec le confinement. Les salons professionnels ont été annulés, les bars et restaurants ont baissé le rideau. Les vignerons français sont au régime sec. Seule la grande distribution propose du vin dans ses rayons. Même si, depuis début avril, des cavistes et des chaînes comme Nicolas ont décidé de rouvrir » rapporte Le Monde . Le président du syndicat des vignerons de la Champagne, parle ainsi d'une baisse de 50% à 70% des ventes au premier trimestre.
« En Alsace, aussi, la situation est tendue. « A partir de la mi-mars, nos ventes ont représenté 20 à 30 % de notre chiffre d'affaires habituel et en avril, le niveau est tombé à 10 % », explique Philippe Blanck, du domaine Paul Blanck à Kientzheim, dans le Haut-Rhin, membre du club Vignobles et Signatures, qui fédère des vignobles familiaux. Ses seules commandes proviennent du distributeur suisse Coop et d'un distributeur britannique. Plus personne ne passe à la propriété pour s'approvisionner. Des discussions se sont ouvertes très vite avec les pouvoirs publics et les banques pour éviter l'asphyxie financière. Les vignerons sont éligibles à l'aide de 1 500 euros par mois versée aux structures dont le chiffre d'affaires a baissé de 50 % » lit-on plus loin. Enfin, la France vient de porter à Bruxelles une demande d'aider à la distillation qui pourrait permettre de relancer la machine et éviter trop de dégâts.

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Monde.fr

Date : 13/04/2020
Heure : 17:18:13
Journaliste : Laurence Girard

www.lemonde.fr
Pays : France
Dynamisme : 83

Visualiser l'article

Avec le coronavirus, les vignerons français sont au régime sec



Vignes du village de Chardonnay, en juin 2019. PHILIPPE DESMAZES / AFP

« *Je vends habituellement mes vins à l'exportation vers les Etats-Unis ou la Chine, c'est aujourd'hui bloqué. Je vends en Europe, le marché est à l'arrêt. Je commercialise auprès de la restauration, les établissements sont fermés. J'écoule ma production au caveau de ma propriété et au lieu de 15 visiteurs par jour, j'en reçois un tous les quinze jours. Nous avons beau avoir tous les amortisseurs possibles, en ayant diversifié au maximum nos activités, nous allons vaciller comme tous les autres* », témoigne Jean-Marie Fabre, président des Vignerons indépendants et exploitant en AOC fitou, au sud du massif des Corbières, dans l'Aude. Il enregistre une baisse de 90 % de son chiffre d'affaires depuis le début du confinement, le 17 mars.

Débouchés à l'arrêt

Alors que la situation avait commencé à se dégrader en octobre 2019 avec l'application de la taxe Trump sur les exportations de vins français vers les Etats-Unis, la diffusion du coronavirus a soudain plongé la profession viticole française dans la crise. A partir de janvier, les portes du marché chinois se sont fermées, puis progressivement l'ensemble des débouchés a été mis à l'arrêt avec le confinement. Les salons professionnels ont été annulés, les bars et restaurants ont baissé le rideau. Les vignerons français sont au régime sec. Seule la grande distribution propose du vin dans ses rayons. Même si, depuis début avril, des cavistes et des chaînes comme Nicolas ont décidé de rouvrir.

Le choc brutal de l'arrêt de l'activité commerciale touche l'ensemble des régions viticoles. La champagne, par exemple, n'échappe pas à la loi commune. « *Nous sommes fauchés en plein vol depuis le début de la crise. Les ventes de bouteilles devraient baisser de 50 à 70 % au premier trimestre* », affirme Maxime Toubart, président du Syndicat général des vignerons de la Champagne. Bémol toutefois : le début d'année est, d'ordinaire, une période basse pour le vin à bulle.

Tous droits réservés à l'éditeur

Eviter l'asphyxie

En Alsace, aussi, la situation est tendue. « *A partir de la mi-mars, nos ventes ont représenté 20 à 30 % de notre chiffre d'affaires habituel et en avril, le niveau est tombé à 10 %* », explique Philippe Blanck, du domaine Paul Blanck à Kientzheim, dans le Haut-Rhin, membre du club Vignobles et Signatures, qui fédère des vignobles familiaux. Ses seules commandes proviennent du distributeur suisse Coop et d'un distributeur britannique. Plus personne ne passe à la propriété pour s'approvisionner.

Des discussions se sont ouvertes très vite avec les pouvoirs publics et les banques pour éviter l'asphyxie financière. Les vignerons sont éligibles à l'aide de 1 500 euros par mois versée aux structures dont le chiffre d'affaires a baissé de 50 %. « *Nous avons également obtenu des banques le principe d'une année blanche pour les remboursements d'emprunts et d'un prêt à taux 0 % pour un montant de 25 % du chiffre d'affaires annuel afin de pallier le manque de trésorerie* », explique M. Fabre.

Avec le printemps, il faut tailler, attacher, ébourgeonner, replanter.

Reste des négociations cruciales sur l'annulation des charges sociales et patronales pour passer cette période. « *Les charges sociales des exploitants sont notre talon d'Achille. S'il n'y a pas d'exonération, ce sera la misère noire* », affirme M. Blanck. D'autant que même si l'activité d'embouteillage est au point mort, et donc bénéficie des mesures de chômage partiel, dans les vignes le travail continue. Avec le printemps, il faut tailler, attacher, ébourgeonner, replanter.

Au-delà de ces mesures d'urgence, les discussions portent sur des outils structurels pour passer le cap. « *Nous souhaitons avoir des outils communautaires de distillation de crise* », plaide M. Fabre avant d'ajouter : « *La France a notifié cette demande à Bruxelles avec l'appui de six autres pays.* » Le volume de vin qui pourrait être distillé en France est estimé à 300 millions d'hectolitres. Avec un paiement de 60 à 85 euros l'hecto aux viticulteurs, la facture se chiffrerait à près de 240 millions d'euros. Eric Andrieu, eurodéputé PS, demande à l'Europe de prendre en charge une partie du coût.

L'enjeu de la distillation est de réduire les stocks. Mais ce n'est pas une panacée. « *C'est une solution pour les vins qui ont une date limite de conservation. Pour nous, producteur de grands crus, ce serait se tirer une balle dans le pied* », souligne M. Blanck. De même en champagne. La fixation du rendement pour la vendange 2020 sera un juge de paix.

Copier le lien

Tous droits réservés à l'éditeur

www.terredevins.com
Pays : France
Dynamisme : 4

Visualiser l'article

(Covid-19) Les grandes maisons de Loire restent actives



(photos I. Bachelard)

Dans la Loire, les grandes maisons ont vite réagi pour maintenir une activité en dépit du Covid-19. Les mises en bouteilles ont repris et les expéditions se poursuivent, même si c'est à un rythme réduit. Les équipes de direction gèrent l'urgence mais se préparent déjà pour l'après confinement.

Le début du confinement a été une période étrange pour les grandes maisons de Loire. On a vu des comportements extrêmes, entre les employés très attachés à leur travail et ceux qui avaient très peur du virus. Dans la plupart des cas, la production, travail en cave et mise en bouteille, a été stoppée net, pour privilégier la santé et la sécurité de tous. S'en est suivie une période de réflexion courte mais très active pour les comités de direction et les services de relations humaines. La clientèle des restaurants s'est arrêtée net , bien sûr, mais les commandes de la grande distribution et de l'export n'avaient pas cessé et devaient être honorées.

Tous droits réservés à l'éditeur

Poursuivre l'activité avec des pratiques nouvelles

“Mettre toute notre énergie pour poursuivre l'activité” a été le maitre mot pour Bernard Jacob, directeur d'Orchidées Maisons de Vins et président de l'UMVL, Union des Maisons & Marques des Vins de Loire. En effet, les premiers discours officiels étaient très anxiogènes, à un moment où les commandes de l'export et des GMS restaient normales. “Il a fallu faire comprendre aux collaborateurs qu'on pouvait mettre en place les précautions recommandées et poursuivre une grande partie de nos activités”.

Au bout d'une semaine, la situation s'était à peu près normalisée pour les 300 employés d'Orchidées, qui regroupe les maisons Ackerman, Monmousseau, poids lourds de la fine bulle de Loire, ainsi que Donatien Bahuaud en Muscadet et le Château de Sancerre, entre autres. Tout ce qui est administration et marketing est facilement passé en télétravail, la production se poursuit en fonction des commandes qui continuent d'arriver de la grande distribution. La restauration est arrêtée. La vente directe est maintenue dans les plus grands caveaux, réaménagés en drive mais les résultats ne dépassent pas 10% du chiffre habituel. Bernard Jacob réfléchit au scénario qui attend la profession après au moins deux mois de vente perdus sur les secteurs frappés, la restauration et le grand export : “il y a des entreprises qui ne pourront pas s'en sortir. Et pour une sur deux, des réorganisations seront indispensables”.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Sans surprise, Nicolas Emereau, à la tête de l'union de coopératives Alliance Loire, renchérit sur cette incertitude, la période de récession qui attend tout le monde et les petites entreprises qui ne passeront pas le cap. Il voit aussi le bon côté de la crise sanitaire “qui nous a obligés à réfléchir, à mettre en places de bonnes pratiques, qui persisteront”. Avec un résultat de -25% à fin mars, à cause de l'arrêt de la restauration et l'activité réduite des cavistes, il envisage une baisse de 15% de l'exercice à fin juillet, soit deux mois de perdus. Mais il s'interroge surtout sur l'après : quel sera le comportement des consommateurs ?

L'export continue partiellement

Les expéditions à l'export ont été ralenties, non pas à cause d'annulations, mais parce que les containers font défaut. Ils sont en effet nombreux à avoir été bloqués en Chine, premier pays à avoir cessé ses activités. Il faut donc attendre qu'ils soit vidés et réexpédiés. Personne n'apprécie de faire voyager des containers à vide…

Pour la maison Bougrier, négoce présent sur toute la vallée de la Loire, l'activité est maintenue de façon “presque normale”. Toutes les équipes sont au travail avec des mesures sanitaires strictes, à l'exception d'une personne à la santé fragile. La seule différence est que le recours aux intérimaires a été suspendu. Nicolas Bougrier qui s'installe progressivement à la tête de la maison familiale de Saint-Georges-sur-Cher (Loir & Cher) avec sa sœur Sophie explique que l'export, qui concerne la moitié des ventes, se maintient, de même que la grande distribution. “La réouverture des boutiques Nicolas, que nous fournissons historiquement en

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

gammes spéciales, est arrivée au bon moment". En revanche il sait que le développement de la maison en restauration, qui était son objectif principal pour 2020, est reporté à l'année prochaine.

"Les opérateurs qui travaillent avec la grande distribution maintiennent un peu de flux. Le plus compliqué est pour les vignerons indépendants, puisque les vente à la cave sont à l'arrêt et pour ceux qui commercialisent en vrac" déclare Sylvain Naulin, directeur d'Interloire, l'Interprofession des vins Val de Loire. Le marché intérieur est vital, mais la Loire exporte tout de même 15 à 20% de sa production. Ce marché export continue, avec une certaine irrégularité depuis l'arrivée de la taxe de 25% sur les vins tranquilles en octobre dernier. Mais il craint qu'à terme, la taxe risque de se trouver négligeable par rapport à l'impact du Covid-19.

Tous droits réservés à l'éditeur

Télévision

■ LCI - LA CHAINE INFO (12/04/20 à 06:44 | 00:04:11) : « La Matinale week-end » *Anne-Chloé Bottet, Christophe Moulin*

L'instant éco - Les entreprises s'adaptent au confinement. Itw de Thomas Terral, gérant d'une boutique "Nicolas" à Paris.

ledauphine.com

www.ledauphine.com
Pays : France
Dynamisme : 176

Visualiser l'article

Coronavirus Quels sont les commerces qui commencent à rouvrir ?

Certaines enseignes commencent à rouvrir leurs portes en respectant les mesures de sécurité sanitaire : magasins de bricolage, restauration rapide, cavistes, fleuristes...



Photo d'illustration AFP/Joe RAEDLE

En cette période de confinement qui risque de se prolonger, certaines enseignes commencent à rouvrir leurs portes : magasins de bricolage, restauration rapide, cavistes, fleuristes...

McDonald's
Depuis le début du confinement, 12 McDonald's franchisés situés dans la région de Tours sont restés ouverts, en drive et pour la livraison à domicile. Ils ont été rejoints, le 8 avril, par trois établissements situés en Ile-de-France, mais leur emplacement n'a pas été divulgué. Ainsi, quinze restaurants de la marque, sur les 1 485 recensés au niveau national, fonctionnent actuellement en drive et en livraison à domicile, malgré l'épidémie. Ce "test" grandeur nature suit un protocole établi selon huit mesures, dont le port du masque obligatoire, des équipes réduites ou encore le respect de la distance d'un mètre minimum avec marquage au sol et barrières physiques. Les contacts avec les clients ont été réduits, seuls les paiements en carte bleue sont acceptés.

KFC

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Certains restaurants KFC ont rouvert leurs services de drive et de livraison sans contact, "conformément à la réglementation en vigueur" précise le spécialiste du poulet pané et frit.

Pizza Hut
Depuis le 31 mars, la livraison à domicile sans contact est de retour : "Toutes nos commandes sont actuellement réalisées en mode sans contact exclusivement. Paiement en ligne impératif".

Domino's pizza
Depuis le 1er avril, plusieurs établissements de Paris et la région parisienne ont rouvert leurs portes, ainsi qu'à La Rochelle, Le Mans, Tours, Vannes, Metz (en livraison uniquement), Villefranche-sur-Saône ou encore Vitrolles. Seules les commandes à emporter et les livraisons sans contact sont autorisées.

Nicolas
Le caviste commence à rouvrir certains de ses magasins, avec un respect strict des mesures de sécurité sanitaire : pas plus d'un client dans le magasin, interdiction de toucher aux bouteilles, etc. La liste est à découvrir ici.

Leroy Merlin , Castorama et Brico Dépôt
Dans le domaine du bricolage, Leroy Merlin, mais aussi Castorama et Brico Dépôt ont mis en place un système de drive avec commande en ligne, un retrait sans contact, mais aussi la livraison à domicile pour certaines enseignes.

Ainsi, la liste des Brico Dépôt ouverts au drive est disponible ici , la liste des Castorama qui font du retrait sans contact est disponible ici , et celle de Leroy Merlin est consultable ici.

Interflora
La chaîne de fleuriste Interflora a annoncé une reprise de son activité sur la base du volontariat à compter du 7 avril, avec des commandes en ligne uniquement et une livraison sans contact.

Tous droits réservés à l'éditeur

LE PROGRÈS.fr

www.leprogres.fr
Pays : France
Dynamisme : 273

Visualiser l'article

Coronavirus Quels sont les commerces qui commencent à rouvrir ?

Certaines enseignes commencent à rouvrir leurs portes en respectant les mesures de sécurité sanitaire: magasins de bricolage, restauration rapide, cavistes, fleuristes...

Dans un article Dans ma ville Lyon Saint-Etienne Le Puy-en-Velay Bourg-en-Bresse Lons-le-Saunier

En cette période de confinement qui risque de se prolonger, certaines enseignes commencent à rouvrir leurs portes : magasins de bricolage, restauration rapide, cavistes, fleuristes...

McDonald's

Depuis le début du confinement, 12 McDonald's franchisés situés dans la région de Tours sont restés ouverts, en drive et pour la livraison à domicile. Ils ont été rejoints, le 8 avril, par trois établissements situés en Ile-de-France, mais leur emplacement n'a pas été divulgué. Ainsi, quinze restaurants de la marque, sur les 1 485 recensés au niveau national, fonctionnent actuellement en drive et en livraison à domicile, malgré l'épidémie. Ce "test" grandeur nature suit un protocole établi selon huit mesures, dont le port du masque obligatoire, des équipes réduites ou encore le respect de la distance d'un mètre minimum avec marquage au sol et barrières physiques. Les contacts avec les clients ont été réduits, seuls les paiements en carte bleue sont acceptés.

KFC

Certains restaurants KFC ont rouvert leurs services de drive et de livraison sans contact, "conformément à la réglementation en vigueur" précise le spécialiste du poulet pané et frit.

Pizza Hut

Depuis le 31 mars, la livraison à domicile sans contact est de retour : "Toutes nos commandes sont actuellement réalisées en mode sans contact exclusivement. Paiement en ligne impératif".

Domino's pizza

Depuis le 1er avril, plusieurs établissements de Paris et la région parisienne ont rouvert leurs portes, ainsi qu'à La Rochelle, Le Mans, Tours, Vannes, Metz (en livraison uniquement), Villefranche-sur-Saône ou encore Vitrolles. Seules les commandes à emporter et les livraisons sans contact sont autorisées.

Nicolas

Le caviste commence à rouvrir certains de ses magasins, avec un respect strict des mesures de sécurité sanitaire : pas plus d'un client dans le magasin, interdiction de toucher aux bouteilles, etc. La liste est à découvrir ici.

Leroy Merlin, Castorama et Brico Dépôt

Dans le domaine du bricolage, Leroy Merlin, mais aussi Castorama et Brico Dépôt ont mis en place un système de drive avec commande en ligne, un retrait sans contact, mais aussi la livraison à domicile pour certaines enseignes.

0zfLyOpEQt8snWvhssZtjoMYqSqlZDSqJxXLORej3CvFrm8NadM_X3cQ7-yRpRZqfttV_1HVJffQ9SMz4-iigqQMmMz

Tous droits réservés à l'éditeur

LE PROGRÈS.fr

www.leprogres.fr
Pays : France
Dynamisme : 273

Visualiser l'article

Ainsi, la liste des Brico Dépôt ouverts au drive est disponible ici, la liste des Castorama qui font du retrait sans contact est disponible ici, et celle de Leroy Merlin est consultable ici.

Interflora

La chaîne de fleuriste Interflora a annoncé une reprise de son activité sur la base du volontariat à compter du 7 avril, avec des commandes en ligne uniquement et une livraison sans contact.

Coronavirus France/Monde

Société Fil Info Dernières minutes Fil Info A la Une

Visuel indisponible
Photo d'illustration AFP/Joe RAEDLE.

0zfLyOpEQt8snWvhssZtjoMYqSqlZDSqJxXLORej3CvFrm8NadM_X3cQ7-yRpRZqfttV_1HVJffQ9SMz4-iigqQMmMz

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Républicain Lorrain

Date : 11/04/2020
Heure : 08:58:42

www.republicain-lorrain.fr
Pays : France
Dynamisme : 188

Visualiser l'article

Coronavirus Quels sont les commerces qui commencent à rouvrir ?

Certaines enseignes commencent à rouvrir leurs portes en respectant les mesures de sécurité sanitaire: magasins de bricolage, restauration rapide, cavistes, fleuristes...

Dans un article Dans ma ville Lyon Saint-Etienne Le Puy-en-Velay Bourg-en-Bresse Lons-le-Saunier

En cette période de confinement qui risque de se prolonger, certaines enseignes commencent à rouvrir leurs portes : magasins de bricolage, restauration rapide, cavistes, fleuristes...

McDonald's

Depuis le début du confinement, 12 McDonald's franchisés situés dans la région de Tours sont restés ouverts, en drive et pour la livraison à domicile. Ils ont été rejoints, le 8 avril, par trois établissements situés en Ile-de-France, mais leur emplacement n'a pas été divulgué. Ainsi, quinze restaurants de la marque, sur les 1 485 recensés au niveau national, fonctionnent actuellement en drive et en livraison à domicile, malgré l'épidémie. Ce "test" grandeur nature suit un protocole établi selon huit mesures, dont le port du masque obligatoire, des équipes réduites ou encore le respect de la distance d'un mètre minimum avec marquage au sol et barrières physiques. Les contacts avec les clients ont été réduits, seuls les paiements en carte bleue sont acceptés.

KFC

Certains restaurants KFC ont rouvert leurs services de drive et de livraison sans contact, "conformément à la réglementation en vigueur" précise le spécialiste du poulet pané et frit.

Pizza Hut

Depuis le 31 mars, la livraison à domicile sans contact est de retour : "Toutes nos commandes sont actuellement réalisées en mode sans contact exclusivement. Paiement en ligne impératif".

Domino's pizza

Depuis le 1er avril, plusieurs établissements de Paris et la région parisienne ont rouvert leurs portes, ainsi qu'à La Rochelle, Le Mans, Tours, Vannes, Metz (en livraison uniquement), Villefranche-sur-Saône ou encore Vitrolles. Seules les commandes à emporter et les livraisons sans contact sont autorisées.

Nicolas

Le caviste commence à rouvrir certains de ses magasins, avec un respect strict des mesures de sécurité sanitaire : pas plus d'un client dans le magasin, interdiction de toucher aux bouteilles, etc. La liste est à découvrir ici.

Leroy Merlin, Castorama et Brico Dépôt

Dans le domaine du bricolage, Leroy Merlin, mais aussi Castorama et Brico Dépôt ont mis en place un système de drive avec commande en ligne, un retrait sans contact, mais aussi la livraison à domicile pour certaines enseignes.

0cTAe5hq36rYIzjE5UbSzb5HkkgkdCgRo1Hr1FJIUHRWYWbsgIky7VcvZAw9vvnCmROhHCiEXt-DenaFUQUBbwY2Nk

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Ainsi, la liste des Brico Dépôt ouverts au drive est disponible ici, la liste des Castorama qui font du retrait sans contact est disponible ici, et celle de Leroy Merlin est consultable ici.

Interflora

La chaîne de fleuriste Interflora a annoncé une reprise de son activité sur la base du volontariat à compter du 7 avril, avec des commandes en ligne uniquement et une livraison sans contact.

Coronavirus France/Monde

Société Fil Info Dernières minutes Fil Info A la Une

Visuel indisponible
Photo d'illustration AFP/Joe RAEDLE.

0cTAe5hq36rYIzjE5UbSzb5HkkgkdCgRo1Hr1FJlUHRWYWbsgIlky7VcvZAw9vvnCmROhHCiEXt-DenaFUQUBbwY2Nk

Tous droits réservés à l'éditeur

Vosges matin

Date : 11/04/2020
Heure : 12:02:35

www.vosgesmatin.fr
Pays : France
Dynamisme : 62

Visualiser l'article

Quels sont les commerces qui commencent à rouvrir ?

Certaines enseignes commencent à rouvrir leurs portes en respectant les mesures de sécurité sanitaire : magasins de bricolage, restauration rapide, cavistes, fleuristes...



Photo d'illustration AFP/Joe RAEDLE

En cette période de confinement qui risque de se prolonger, certaines enseignes commencent à rouvrir leurs portes : magasins de bricolage, restauration rapide, cavistes, fleuristes...

McDonald’s
Depuis le début du confinement, 12 McDonald’s franchisés situés dans la région de Tours sont restés ouverts, en drive et pour la livraison à domicile. Ils ont été rejoints, le 8 avril, par trois établissements situés en Ile-de-France, mais leur emplacement n’a pas été divulgué. Ainsi, quinze restaurants de la marque, sur les 1 485 recensés au niveau national, fonctionnent actuellement en drive et en livraison à domicile, malgré l’épidémie. Ce "test" grandeur nature suit un protocole établi selon huit mesures, dont le port du masque obligatoire, des équipes réduites ou encore le respect de la distance d’un mètre minimum avec marquage au sol et barrières physiques. Les contacts avec les clients ont été réduits, seuls les paiements en carte bleue sont acceptés.

KFC
Certains restaurants KFC ont rouvert leurs services de drive et de livraison sans contact, "conformément à la réglementation en vigueur" précise le spécialiste du poulet pané et frit.

Pizza Hut
Depuis le 31 mars, la livraison à domicile sans contact est de retour : "Toutes nos commandes sont actuellement réalisées en mode sans contact exclusivement. Paiement en ligne impératif".

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Domino's pizza
Depuis le 1er avril, plusieurs établissements de Paris et la région parisienne ont rouvert leurs portes, ainsi qu'à La Rochelle, Le Mans, Tours, Vannes, Metz (en livraison uniquement), Villefranche-sur-Saône ou encore Vitrolles. Seules les commandes à emporter et les livraisons sans contact sont autorisées.

Nicolas
Le caviste commence à rouvrir certains de ses magasins, avec un respect strict des mesures de sécurité sanitaire : pas plus d'un client dans le magasin, interdiction de toucher aux bouteilles, etc. La liste est à découvrir ici.

Leroy Merlin , Castorama et Brico Dépôt
Dans le domaine du bricolage, Leroy Merlin, mais aussi Castorama et Brico Dépôt ont mis en place un système de drive avec commande en ligne, un retrait sans contact, mais aussi la livraison à domicile pour certaines enseignes.

Ainsi, la liste des Brico Dépôt ouverts au drive est disponible ici , la liste des Castorama qui font du retrait sans contact est disponible ici , et celle de Leroy Merlin est consultable ici.

Pour aller chercher vos matériaux et outils, il vous faudra, sur votre attestation de déplacement dérogatoire , cocher la case "Déplacements pour effectuer des achats de fournitures nécessaires à l'activité professionnelle et des achats de première nécessité dans des établissements dont les activités demeurent autorisées".

Interflora
La chaîne de fleuristes Interflora a annoncé une reprise de son activité sur la base du volontariat à compter du 7 avril, avec des commandes en ligne uniquement et une livraison sans contact.

Tous droits réservés à l'éditeur

Radio

■ RTL (11/04/20 à 15:46 | 00:06:40) : « LES GROSSES TÊTES » *Laurent Ruquier*

Dans le cadre d'un jeu, François de Caen, auditeur, contredit la parole "le caviste Nicolas qui a eu le droit hier de rouvrir ses magasins hier a découvert Jean-Jacques Peroni, dont on était sans nouvelles, confiné à l'i...

BUSINESS INSIDER FRANCE

www.businessinsider.fr
Pays : France
Dynamisme : 7

Date : 10/04/2020
Heure : 18:22:49
Journaliste : Claire Sicard

Visualiser l'article

McDonald's, Darty, Nicolas... Voici quels magasins rouvrent partiellement leurs portes



Darty, Boulanger, Fnac, Leroy-Merlin, McDonald's, KFC... de nombreuses enseignes proposent maintenant des drives. © Business Insider France/Claire Sicard

Seuls les commerces "essentiels" ont le droit de rester ouverts depuis la mi-mars 2020 en France à cause de l'épidémie de coronavirus : boulangeries, supermarchés, boucheries, épiceries, etc. C'est donc un véritable tsunami pour de nombreux commerces, forcées à fermer leurs portes et qui ne voient aucun chiffre d'affaires rentrer depuis bientôt un mois. Certaines règles ont néanmoins été assouplies, notamment pour les

Tous droits réservés à l'éditeur

horticulteurs ou pépiniéristes, désormais autorisés à vendre des semences pour le potager, ces produits étant maintenant considérés comme des achats de première nécessité.

Reste que la plupart des commerces doivent garder le rideau baissé. Néanmoins, certaines grandes enseignes ont quand même décidé de rouvrir leurs portes, partiellement et via des dispositifs inédits jusque-là, afin de pouvoir maintenir un minimum d'activité. Ce sont les magasins de bricolage qui ont lancé le mouvement en proposant de récupérer ses commandes internet via un système de drive. McDonald's a ensuite annoncé la mise en place de tests dans certains de ses restaurants, suivi par KFC notamment.

Voici une liste des enseignes qui rouvrent partiellement leurs portes ces derniers jours :

McDonald's proposent de nouveau des commandes à retirer dans 15 de ses drives



Unsplash/Andrew Herashchenko

L'enseigne de restauration rapide avait dû fermer les portes de ses 1 500 restaurants au moment de l'annonce du confinement. Le 2 avril dernier, la nouvelle a fuité : McDonald's va rouvrir 15 restaurants en France pour tester la livraison des commandes, ainsi que le retrait en drive . Même si l'enseigne n'a pas confirmé, ces restaurants se situeraient en Île-de-France et dans l'ouest, à suivre sur l'application McDo+ où les lieux concernés sont indiqués comme "ouverts". Des mesures sanitaires strictes seront appliquées au quotidien dans les points de vente réouverts.

Tous droits réservés à l'éditeur

BUSINESS INSIDER FRANCE

Date : 10/04/2020
Heure : 18:22:49
Journaliste : Claire Sicard

www.businessinsider.fr
Pays : France
Dynamisme : 7

Visualiser l'article

KFC propose la livraison et le retrait en drive dans 'certains' de ses restaurants



Unsplash/Aleks Dorohovich

Même chose pour cette autre enseigne de fast-food : si ses salles de restaurant sont désormais fermées, KFC indique sur son site internet que "certains" de ses restaurants ont désormais réouvert "leurs services de drive et de livraisons sans contact". Des mesures sanitaires spécifiques vont aussi être mises en place, notamment pour le retrait des commandes : paiement en CB sans contact uniquement, remise de la commande sans contact aussi, etc. Pour connaître les restaurants concernés, il faut se géolocaliser ou saisir son code postal sur le site internet de KFC.

Tous droits réservés à l'éditeur

BUSINESS INSIDER FRANCE

Date : 10/04/2020
Heure : 18:22:49
Journaliste : Claire Sicard

www.businessinsider.fr
Pays : France
Dynamisme : 7

Visualiser l'article

Boulanger propose de récupérer ses produits dans 80 drives parking ou piéton



Wikimedia Commons/Jackyshow

Depuis le 6 avril dernier, l'enseigne d'électroménager propose 80 drives pour retirer les produits commandés sur son site internet. Deux formats existent : soit le drive "parking", soit le drive "piéton". Si l'on possède une voiture, on peut utilise le drive parking proposé par Boulanger : on se présente au magasin sélectionné à l'heure choisie au moment de la commande. Le client signale ensuite sa présence par téléphone et ouvre son coffre. Un employé de l'enseigne dépose quelques minutes plus tard la commande directement dans le coffre, sans contact. Pour le drive piéton, le principe est le même mais les achats sont déposés sur une table, à distance du client. Pas de contact normalement là non plus.

Darty propose dans 37 magasins le 'click & collect' sans contact

Tous droits réservés à l'éditeur



Business Insider France/Claire Sicard

Sur le site de Darty, on peut maintenant commander en ligne ses "produits essentiels" et les retirer dans 37 magasins de l'enseigne, répartis dans toutes les régions de France. Destiné aux produits informatiques, mais aussi au petit ou gros électroménager, le "click & collect" de Darty permet de récupérer directement sa commande dans le magasin choisi. Les produits achetés avant 11h seront disponibles le jour-même, dès le lendemain pour les autres. Les références disponibles dépendent donc du stock du magasin. Les commandes sont mises à disposition dans une zone sécurisée et c'est au client de récupérer ses produits et de les charger dans son véhicule. Attention donc à bien mesurer si vous commander une machine à laver !

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Fnac teste aussi un service de 'click & collect' dans 5 de ses magasins



L'enseigne Fnac faisant partie du même groupe que Darty, le principe de click & collect sans contact est également testé en ce moment. Ce nouveau service n'est disponible pour l'instant que dans 5 magasins Fnac en France : à Pamiers (09), Montpon-Ménéstrol (24), Bagnols-sur-Cèze (30), Belleville-sur-Saône (69) et Thonon-les-Bains (74). Le client se présente à l'accueil de magasin, dépose sur la table sa référence de commande internet, sa carte bancaire et sa pièce d'identité, vérifiées sans être touchées. Ses produits commandés sont ensuite déposés sur la table de retrait, toujours sans contact.

Tous droits réservés à l'éditeur

BUSINESS INSIDER FRANCE

Date : 10/04/2020
Heure : 18:22:49
Journaliste : Claire Sicard

www.businessinsider.fr
Pays : France
Dynamisme : 7

Visualiser l'article

Interflora va proposer le retrait de ses bouquets de fleur en points de vente



Unsplash/Anastasia Zhenina

Dans un communiqué publié le 3 avril dernier, la chaîne de fleuristes Interflora annonçait reprendre l'activité de certains de ses magasins, sur la base du volontariat, et à compter du 7 avril. Interflora va commencer par ses magasins en Île-de-France, et espère déployer cette solution aux autre régions dans la foulée. Les points de vente ne rouvrent pas leur rideau, il sera possible uniquement de récupérer les commandes passées via le site internet. Avec le 1er mai et l'arrivée de la fête des Mères notamment, la période est cruciale pour les fleuristes. L'enseigne continue en outre ses livraisons dans toute la France.

297 magasins Nicolas ont d'ores et déjà rouvert leurs portes

Tous droits réservés à l'éditeur

BUSINESS INSIDER FRANCE

Date : 10/04/2020
Heure : 18:22:49
Journaliste : Claire Sicard

www.businessinsider.fr
Pays : France
Dynamisme : 7

Visualiser l'article



Wikimedia Commons/Tristan 230

Au moment de l'annonce du confinement, l'enseigne de cavistes Nicolas avait décidé de fermer ses 500 boutiques en France. Et ce, même s'ils étaient autorisés à continuer à ouvrir, étant considérés comme des commerces alimentaires. Depuis cette semaine, 297 magasins ont rouvert leurs portes selon BFM . Des consignes de sécurité, notamment la limitation du nombre de personnes en boutiques, ont été mises en place. L'enseigne essaie également d'inciter au maximum ses clients à utiliser le drive piéton — commander en ligne ou par téléphone ses produits et venir les récupérer sur place.

Leroy Merlin propose 6 000 produits en drive

Tous droits réservés à l'éditeur



Wikimedia Commons/ΛΦΠ

Au moment de l'annonce du confinement, les magasins de bricolage faisaient partie des commerces "non essentiels". Un arrêté publié au Journal officiel le 23 mars autorise depuis cette date les "commerces de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres" à rester ouverts. Leroy-Merlin propose donc depuis fin mars un service de retrait en drive , disponible dans de nombreux magasins. Proposant habituellement 50 000 références, l'enseigne a réduit le choix de produits à environ 6 000, des produits de dépannage essentiellement en électricité, plomberie et chauffage. Le retrait de la commande se fait directement sur le parking à l'heure choisie au moment de la commande, et sans contact.

85 magasins Castorama proposent désormais le retrait sans contact
L'enseigne Castorama propose dorénavant "une gamme de produits essentiels" à retirer dans 85 de ses magasins en France, la liste exacte est disponible sur leur site. Le client passe ainsi sa commande sur internet et règle ses achats. Il est ensuite recontacté rapidement par un conseiller Castorama pour convenir d'un créneau d'un horaire sous 48 heures. Au moment du retrait des produits, aucun contact n'est réalisé entre les employés et le client : la marchandise est déposé à côté du véhicule dans lequel le client doit rester. Il ne récupère sa commande qu'une fois l'employé(e) de Castorama parti(e).

Tous droits réservés à l'éditeur

alencon.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 194

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

L'enseigne de restauration rapide McDonald's avait annoncé, début avril, qu'elle travaillait à la mise en place d' un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Tous droits réservés à l'éditeur

angers.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 256

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

L'enseigne de restauration rapide McDonald's avait annoncé, début avril, qu'elle travaillait à la mise en place d' un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Tous droits réservés à l'éditeur

antibes.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 146

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

armentieres.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 143

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

L'enseigne de restauration rapide McDonald's avait annoncé, début avril, qu'elle travaillait à la mise en place d' un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Tous droits réservés à l'éditeur

arras.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 142

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

aurillac.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 141

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Tous droits réservés à l'éditeur

maville

aurillac.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 141

Visualiser l'article

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

blois.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 142

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Tous droits réservés à l'éditeur

blois.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 142

Visualiser l'article

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

boulognesurmer.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 143

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

L'enseigne de restauration rapide McDonald's avait annoncé, début avril, qu'elle travaillait à la mise en place d' un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Tous droits réservés à l'éditeur

bourges.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 141

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

brest.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 218

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

> Suivez notre direct de ce vendredi 10 avril sur l’épidémie de coronavirus

Les enseignes de fast-food

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

L'enseigne de restauration rapide McDonald's avait annoncé, début avril, qu'elle travaillait à la mise en place d' un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Tous droits réservés à l'éditeur

brignoles.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 146

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

L'enseigne de restauration rapide McDonald's avait annoncé, début avril, qu'elle travaillait à la mise en place d' un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Tous droits réservés à l'éditeur

caen.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 205

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

cagnes.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 143

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

calais.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 142

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

Tous droits réservés à l'éditeur

cambrai.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 141

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

L'enseigne de restauration rapide McDonald's avait annoncé, début avril, qu'elle travaillait à la mise en place d' un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Tous droits réservés à l'éditeur

cannes.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 143

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

maville

chateauroux.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 141

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

> Suivez notre direct de ce vendredi 10 avril sur l’épidémie de coronavirus

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n’est pas à l’ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l’Ouest et d’Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D’autres enseignes reprennent également du service, à l’instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

cherbourg.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 167

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

cholet.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 174

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

> Suivez notre direct de ce vendredi 10 avril sur l’épidémie de coronavirus

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n’est pas à l’ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l’Ouest et d’Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D’autres enseignes reprennent également du service, à l’instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Tous droits réservés à l'éditeur

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

clermont.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 141

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

dinan.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 170

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

Tous droits réservés à l'éditeur

douai.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 141

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

draguignan.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 145

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

dunkerque.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 139

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

> Suivez notre direct de ce vendredi 10 avril sur l’épidémie de coronavirus

Les enseignes de fast-food

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

L'enseigne de restauration rapide McDonald's avait annoncé, début avril, qu'elle travaillait à la mise en place d' un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Tous droits réservés à l'éditeur

dunkerque.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 139

Visualiser l'article

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

fougeres.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 194

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

> Suivez notre direct de ce vendredi 10 avril sur l’épidémie de coronavirus

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n’est pas à l’ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l’Ouest et d’Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D’autres enseignes reprennent également du service, à l’instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Tous droits réservés à l'éditeur

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

golfedesainttropez.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 145

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

granville.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 190

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

> Suivez notre direct de ce vendredi 10 avril sur l’épidémie de coronavirus

Les enseignes de fast-food

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

L'enseigne de restauration rapide McDonald's avait annoncé, début avril, qu'elle travaillait à la mise en place d' un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Tous droits réservés à l'éditeur

granville.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 190

Visualiser l'article

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

grasse.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 73

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

> Suivez notre direct de ce vendredi 10 avril sur l’épidémie de coronavirus

Les enseignes de fast-food

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

L'enseigne de restauration rapide McDonald's avait annoncé, début avril, qu'elle travaillait à la mise en place d' un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Tous droits réservés à l'éditeur

grasse.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 73

Visualiser l'article

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

guingamp.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 194

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

halluin.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 143

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Tous droits réservés à l'éditeur

maville

halluin.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 143

Visualiser l'article

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

hazebrouck.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 141

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

> Suivez notre direct de ce vendredi 10 avril sur l’épidémie de coronavirus

Les enseignes de fast-food

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

L'enseigne de restauration rapide McDonald's avait annoncé, début avril, qu'elle travaillait à la mise en place d' un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Tous droits réservés à l'éditeur

maville

hazebrouck.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 141

Visualiser l'article

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

hyeres.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 144

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

> Suivez notre direct de ce vendredi 10 avril sur l’épidémie de coronavirus

Les enseignes de fast-food

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

L'enseigne de restauration rapide McDonald's avait annoncé, début avril, qu'elle travaillait à la mise en place d' un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Tous droits réservés à l'éditeur

hyeres.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 144

Visualiser l'article

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

labaule.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 229

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

lannion-perros.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 193

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

larochesuryon.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 205

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

> Suivez notre direct de ce vendredi 10 avril sur l’épidémie de coronavirus

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n’est pas à l’ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l’Ouest et d’Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

laseyne.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 148

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

laval.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 198

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

maville

letouquet.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 144

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

lille.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 142

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

lorient.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 209

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

marcq-en-baroeul.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 140

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

marseille.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 142

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Tous droits réservés à l'éditeur

marseille.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 142

Visualiser l'article

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

maville

maubeuge.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 139

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald's, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d'illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l'annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l'épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

> Suivez notre direct de ce vendredi 10 avril sur l'épidémie de coronavirus

Les enseignes de fast-food
L'enseigne de restauration rapide McDonald's avait annoncé, début avril, qu'elle travaillait à la mise en place d' un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Tous droits réservés à l'éditeur

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

menton.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 138

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

maville

montpellier.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 141

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald's, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d'illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l'annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l'épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

> Suivez notre direct de ce vendredi 10 avril sur l'épidémie de coronavirus

Les enseignes de fast-food
L'enseigne de restauration rapide McDonald's avait annoncé, début avril, qu'elle travaillait à la mise en place d' un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

moulins.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 141

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

maville

nevers.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 141

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

nice.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 126

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

maville

nimes.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 140

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Tous droits réservés à l'éditeur

maville

nimes.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 140

Visualiser l'article

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

niort.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 170

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

> Suivez notre direct de ce vendredi 10 avril sur l’épidémie de coronavirus

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n’est pas à l’ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l’Ouest et d’Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D’autres enseignes reprennent également du service, à l’instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Tous droits réservés à l'éditeur

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

poitiers.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 140

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

pontivy.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 202

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

> Suivez notre direct de ce vendredi 10 avril sur l’épidémie de coronavirus

Les enseignes de fast-food

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

L'enseigne de restauration rapide McDonald's avait annoncé, début avril, qu'elle travaillait à la mise en place d' un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Tous droits réservés à l'éditeur

pontivy.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 202

Visualiser l'article

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

quimper.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 210

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

L'enseigne de restauration rapide McDonald's avait annoncé, début avril, qu'elle travaillait à la mise en place d' un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Tous droits réservés à l'éditeur

redon.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 189

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

> Suivez notre direct de ce vendredi 10 avril sur l’épidémie de coronavirus

Les enseignes de fast-food

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

L'enseigne de restauration rapide McDonald's avait annoncé, début avril, qu'elle travaillait à la mise en place d' un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

Contenus Sponsorisés
Ailleurs sur le Web

Find The Best Private Health Insurance From Only £14.64 Per Month! Our Healthcare

Even Non- Gamers Are Obsessed With This RPG Game (It's Worth Installing!) Raid: Shadow Legends | Free Download

par Taboola

D’autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l’écho d’une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

rennes.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 209

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

> Suivez notre direct de ce vendredi 10 avril sur l’épidémie de coronavirus

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n’est pas à l’ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l’Ouest et d’Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D’autres enseignes reprennent également du service, à l’instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Tous droits réservés à l'éditeur

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

roubaix.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 139

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

> Suivez notre direct de ce vendredi 10 avril sur l’épidémie de coronavirus

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n’est pas à l’ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l’Ouest et d’Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D’autres enseignes reprennent également du service, à l’instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Tous droits réservés à l'éditeur

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

saint-lo.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 169

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

> Suivez notre direct de ce vendredi 10 avril sur l’épidémie de coronavirus

Les enseignes de fast-food

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

L'enseigne de restauration rapide McDonald's avait annoncé, début avril, qu'elle travaillait à la mise en place d' un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

Contenus Sponsorisés
Ailleurs sur le Web

Find The Best Private Health Insurance From Only £14.64 Per Month! Our Healthcare

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Even Non- Gamers Are Obsessed With This RPG Game (It's Worth Installing!) Raid: Shadow Legends | Free Download

par Taboola

D’autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l’écho d’une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

saint-omer.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 139

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

toulon.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 144

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

> Suivez notre direct de ce vendredi 10 avril sur l’épidémie de coronavirus

Les enseignes de fast-food

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

L'enseigne de restauration rapide McDonald's avait annoncé, début avril, qu'elle travaillait à la mise en place d' un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Tous droits réservés à l'éditeur

toulon.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 144

Visualiser l'article

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

tourcoing.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 138

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

Tous droits réservés à l'éditeur

tours.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 141

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

L'enseigne de restauration rapide McDonald's avait annoncé, début avril, qu'elle travaillait à la mise en place d' un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Tous droits réservés à l'éditeur

trouville-deauville.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 171

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

valenciennes.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 139

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

vannes.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 206

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

vichy.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 140

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

vitre.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 194

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d’illustration).© AFP / PHILIPPE HUGUEN

Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses

Tous droits réservés à l'éditeur

quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive , sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos* . Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous , affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info* , le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs , a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

fr.finance.yahoo.com
Pays : France
Dynamisme : 391

Visualiser l'article

McDonald's, Darty, Nicolas... Voici quels magasins rouvrent partiellement leurs portes



© Business Insider France/Claire Sicard / Business Insider

Reste que la plupart des commerces doivent garder le rideau baissé. Néanmoins, certaines grandes enseignes ont quand même décidé de rouvrir leurs portes, partiellement et via des dispositifs inédits jusque-là, afin de pouvoir maintenir un minimum d'activité. Ce sont les magasins de bricolage qui ont lancé le mouvement en proposant de récupérer ses commandes internet via un système de drive. McDonald's a ensuite annoncé la mise en place de tests dans certains de ses restaurants, suivi par KFC notamment.

Voici une liste des enseignes qui rouvrent partiellement leurs portes ces derniers jours :

McDonald's proposent de nouveau des commandes à retirer dans 15 de ses drives

L'enseigne de restauration rapide avait dû fermer les portes de ses 1 500 restaurants au moment de l'annonce du confinement. Le 2 avril dernier, la nouvelle a fuité : McDonald's va rouvrir 15 restaurants en France pour

Tous droits réservés à l'éditeur

fr.finance.yahoo.com
Pays : France
Dynamisme : 391

Visualiser l'article

tester la livraison des commandes, ainsi que le retrait en drive. Même si l'enseigne n'a pas confirmé, ces restaurants se situeraient en Île-de-France et dans l'ouest, à suivre sur l'application McDo+ où les lieux concernés sont indiqués comme "ouverts". Des mesures sanitaires strictes seront appliquées au quotidien dans les points de vente réouverts.

KFC propose la livraison et le retrait en drive dans 'certains' de ses restaurants

Même chose pour cette autre enseigne de fast-food : si ses salles de restaurant sont désormais fermées, KFC indique sur son site internet que "certains" de ses restaurants ont désormais réouvert "leurs services de drive et de livraisons sans contact". Des mesures sanitaires spécifiques vont aussi être mises en place, notamment pour le retrait des commandes : paiement en CB sans contact uniquement, remise de la commande sans contact aussi, etc. Pour connaître les restaurants concernés, il faut se géolocaliser ou saisir son code postal sur le site internet de KFC.

Boulanger propose de récupérer ses produits dans 80 drives parking ou piéton

Depuis le 6 avril dernier, l'enseigne

(...) Cliquez ici pour voir la suite

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Manager de l'alimentaire
Pays : FR
Périodicité : Bimensuel





Date : Du 10 au 23 avril 2020
Page de l'article : p.10

Nicolas réouvre ses 500 magasins

I. Après avoir mis en place un plan de sécurité, Nicolas a réouvert ses 500 magasins sur toute la France.

Tous droits réservés à l'éditeur



Scoop Toujours

Trois semaine de bêtise, puis basta ?

Le réseau de cavistes Nicolas avait fermé tous ses magasins, alors que légalement ils pouvaient ouvrir. Après trois semaines à zéro (niveau intelligence aussi), sauf sur Internet, les 500 magasins français de cette filiale de Castel ont réouvert début avril, sans se presser, un seul client à la fois, paiement par CB.

Tous droits réservés à l'éditeur

portail.free.fr
Pays : France
Dynamisme : 610

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald’s, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement



Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l’annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l’épidémie de coronavirus.

Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus . Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

Les enseignes de fast-food
L’enseigne de restauration rapide McDonald’s avait annoncé, début avril, qu’elle travaillait à la mise en place d’ un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n’est pas à l’ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l’Ouest et d’Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison .

D’autres enseignes reprennent également du service, à l’i…

Lire la suite

Tous droits réservés à l'éditeur

En direct : Le point sur la situation à Paris et en Île de France

CORONAVIRUS : LA SITUATION À PARIS ET EN ÎLE-DE-FRANCE CE 10 AVRIL

Partager Tweeter Épingle Partager

Par My B., Alexandre G. · Photos par My B. · Publié le 10 avril 2020 à 15h30 · Mis à jour le 10 avril 2020 à 16h29

Découvrez les dernières informations concernant la situation sur l'épidémie de coronavirus à Paris et en Ile-de-France ce vendredi 10 avril. Courses, transports, mesures, découvrez les dernières nouvelles. On dénombre ce jour 2667 personnes en réanimation en Ile-de-France. Les activités sportives sont désormais interdites en journée dans plusieurs départements d'Ile-de-France. Le nombre de personnes en réanimation est en baisse pour la première fois en Ile-de-France.

Ce **vendredi 10 avril**, le **virus Covid-19** touche **1.601.984 cas** confirmés et a fait au total **95.731 morts dans le monde**.

En France, selon le dernier bilan communiqué par les autorités sanitaires concernant la pandémie de **COVID-19**, on recense **12.210 morts au total** (**8.044** décès en hôpital et **4.166** dans les centres sociaux et médico-sociaux comme les **Ehpad**). On compte ce jeudi 9 avril, **412 décès** en hôpital en 24 heures et **929 décès** en centre mécico-sociaux en **48h**.

On comptabilise **7.066 personnes en soins intensifs en réanimation**. Le nombre de cas graves passés en réanimation ce jour est de 369 personnes soit **-82** en 24h en tenant compte des départs, un chiffre encourageant qui nous positionne peut-être sur un plateau mais un plateau haut, souligne Jérôme Salomon . On recense actuellement **30.767** personnes hospitalisées.

C'est la **région Ile-de-France** qui est le plus sévèrement touché par l'épidémie à l'heure actuelle. On compte ce jeudi 9 avril **3.040 décès** dans les hôpitaux de la région, + 200 mort ces dernières 24h. Actuellement, **2.667** personnes (-1%) sont en réanimation. C'est la première fois que le nombre de personnes en réanimation est en baisse.

Face à la pandémie de coronavirus à l'origine d'une crise économique sans précédent, la France s'organise pour sauver son économie. En prévision d'une récession encore plus importante, **le gouvernement double de 45 à 100 milliards d'euros son plan d'urgence** et donne ses premières projections.

Craignant un relâchement vis à vis du confinement lors de ce **week-end de Pâques**, les autorités auraient l'intention de **renforcer les contrôles** afin de limiter les risque de propagation de coronavirus.

Les autorités françaises ont fait le point sur les pratiques autorisées pour faire ses courses alimentaires. Alors, **est-on obligé de faire ses courses près de chez soi ?**

Malgré le confinement, le **Vendredi Saint sera bel et bien célébré dans la cathédrale Notre-Dame de Paris**, en comité très restreint. Une célébration retransmise à la télévision.

Alors que beaucoup de **familles** sont en perte de revenus et pour compenser l'absence de cantine scolaire, la **Mairie de Paris** met en place une aide aux familles bénéficiant des tarifs de cantine les plus abordables. Ainsi, ces **familles vont percevoir directement une aide forfaitaire** versée directement (grâce à un partenariat avec la CAF).

Après Carrefour sur Uber Eats, il est désormais possible de faire ses courses **Monoprix sur Deliveroo**, et de se les faire livrer à domicile.

En pleine période de pandémie due au coronavirus, les autorités sanitaires sont toujours à la recherche de solutions alternatives pour désengorger les hôpitaux de Paris, surmenés depuis le début de la crise sanitaire. Le stade Georges-Carpentier du 13e arrondissement, par exemple, se voit transformé en **station de désinfection** pour les ambulances de la Protection civile.

Le Chef de l'Etat, **Emmanuel Macron,** prendra de nouveau la parole face aux français, **ce lundi 13 avril 2020 à 20h**. Il s'agira de la quatrième allocution du Président de la République à la télévision depuis le début de cette crise sanitaire en France. Il devrait se prononcer sur la prolongation du confinement et les décisions du gouvernement.

La Maire de Paris, **Anne Hidalgo**, a adressé dans une lettre au Premier Ministre avec ses recommandations concernant la sortie du confinement. D'après les informations du Monde, elle

préconiserait ,entre autres, un dépistage massif chez les jeunes Parisiens, de la crèche au lycée. Découvrez ses recommandations.

En pleine période de confinement, certains restaurants de Paris continuent de proposer la livraison à domicile. **Voici une liste de restaurants** italiens, healthy, asiatiques et autres, pour vous aider à tenir pendant cette période difficile. Et une grosse pensée pour les livreurs.

Ce mercredi 8 avril 2020, les ministre de l'Agriculture **Didier Guillaume** et de l'Economie **Bruno Le Maire** rassurent les Français sur **les risques de pénurie dans l'alimentaire**.

Après Paris, **la Seine-et-Marne, les Yvelines, les Hauts-de-Seine, le Val-de-Marne et le Val-d'Oise interdisent à leur tour la pratique d'activités sportives** de 10h à 19h, en cette période de confinement.

Région Ile-de-France a annoncé renforcer le plan de soutien mis en place pour le département de Seine-Saint-Denis, beaucoup plus touché que les autres. **Découvrez les détails du plan renforcé**.

La Mairie de Paris et la Préfecture **interdisent la pratique sportive de 10h à 19h** dans la capitale à compter du mercredi 8 avril.

Anne Hidalgo déclare que **2 millions de masques** en tissu lavables et réutilisables "**seront offerts aux Parisiens et aux Parisiennes**". Ils seront fabriqués par des entreprises locales et seraient disponibles d'ici quelques jours. **La ville de Sceaux** a décrété le port du masque obligatoire pour toute sortie dérogatoire.

Le ministre de l'Intérieur **Christophe Castaner** a demandé aux préfets d'examiner, en lien étroit avec les municipalités et au cas par cas, la nécessité de durcir les mesures de confinement dans les territoires où des signes de laisser-aller se feraient jour et où ces règles viendraient à être contournées.

Olivier Véran précise ce matin sur RMC : "*Nous ne sommes pas au pic épidémique, nous sommes encore en phase d'aggravation*""*Les efforts que nous faisons sont en train de payer*". Concernant le confinement, il déclare "*le confinement durera aussi longtemps qu'il sera nécessaire qu'il dure*". Il y aura peut-être une intervention du Président dans le semaine concernant le prolongement du confinement.

Lors du point épidémique de ce lundi soir, Olivier Véran précise que "***nous ne sommes pas au bout de l'ascension épidémique***" et que les français doivent absolument **continuer à consulter** pour leurs **maladies chroniques** et leurs **suivis médicaux** comme les vaccins pour enfants et grossesses.

Après une vingtaine de jours de confinement en France, même si on n'y est pas encore, les **différent scénarios de déconfinement** sont à l'étude. Parmi les hypothèses se trouve celle d'un **déconfinement par tranche d'âge** : les plus jeunes, moins vulnérables seraient ainsi les premiers à pouvoir sortir de nouveau.

Plus que jamais, il faut être vigilant sur les **violences conjugales**. Un nouveau numéro est mis en place (le 08 019 019 11) et **de nombreuses solutions existent**.

Depuis la mise en place du confinement en France, de nombreuses enseignes ont fermé leurs portes. Aujourd'hui, plusieurs d'entre elles ont décidé de reprendre leurs activités sous différentes formes, comme le Drive et la livraison sans contact. Interflora, Nicolas ou encore Pizza Hut, Leroy Merlin et KFC… **on fait le point sur ces enseignes qui rouvrent**.

Dans un contexte de crise sanitaire sans précédent, la France cherche par tous les moyens à augmenter sa fréquence de tests. Une entreprise de biotechnologie commercialise à partir du lundi 6 avril 2020 un **nouveau test de dépistage du Covid-19**, approuvé par l'Institut Pasteur.

Face à la crise sanitaire et au nombre grandissant de personnes infectées par le coronavirus, laFédération française de Tennis a annoncé qu'elle mettait à disposition de l'AP-HP (Assistance-Publique – Hôpitaux de Paris) une partie de son centre d'entraînement, situé dans le 16ème arrondissement à Paris, afin d'héberger des patients atteints du Covid-19, guéris mais encore contagieux.

L'attestation dérogatoire via smartphone est désormais valide pour tout déplacement obligatoire.

La Préfecture de Police appelle les parisiens à respecter les règles du confinement. "**Pas de relâchement**" déclare-t-elle à travers son compte twitter.

Pour lutter contre la propagation du coronavirus en île-de-France, **la région ouvre six centres de "desserrement"**. Ces lieux sont destinés aux personnes testées positives au covid-19, en situation de grande précarité, mais ne nécessitant pas d'hospitalisation.

Les autorités recommandent désormais le **port de masque pour tout le monde**, de préférence maison pour laisser les masques FFP2 et chirurgicaux au personnel soignant. Découvrez des **tutos pour les confectionner**.

La Mairie de Paris a annoncé que dès lundi 6 avril 2020, **les enfants des personnels salariés dans les commerces alimentaires** seraient **accueillis gratuitement** dans les **crèches et centres de loisirs**, pour soulager les familles sur le front dans la lutte contre le Coronavirus.

Jean-Michel Blanquer a répondu en direct ce samedi à un certain nombre de questions que se posent les parents et enseignants. Retrouvez **les réponses données par le ministre de l'Education**.

Olivier Véran, ministre de la Santé, s'est exprimé ce samedi en compagnie de **Sophie Cluzel**, secrétaire d'Etat, sur **la situation des handicapés**. Prise en charge, mesures, adaptation des soins et aides aux proches de personnes handicapés ont été les sujets soulevés lors de cet allocution.

Dans le but de soutenir les personnels de santé, les entreprises ou encore les lycéens, la Région Île-de-France annonce ce **vendredi 3 avril 2020** les **grandes lignes de son dispositif d'aides** à destination des acteurs les plus touchés par l'épidémie de coronavirus. Assouplissement des délais de paiement, déblocage de fonds d'urgence, on fait le point sur les principales mesures validées.

Ce vendredi 3 avril, le **préfet de Police Didier Lallement** s'est excusé publiquement après ses propos polémiques sur les personnes en réanimation, coupables selon lui de ne pas avoir "*respecté le confinement*". Le fonctionnaire a dit "*regretter*" ses paroles, tout en précisant qu'il "continuerait sa mission".

Le Ministre de l'Éducation Nationale, **Jean-Michel Blanquer**, s'est exprimé ce vendredi 3 avril 2020 à la télévision lors d'une conférence de presse numérique. Une allocution qui apporte des précisions sur le déroulé du bac et du brevet des collèges qui passent tous les deux en contrôle continu. **Découvrez les modalités**.

Attention, **on ne part pas en vacances** a prévenu le ministre de l'intérieur. Près de 60000 gendarmes sont mobilisés pour empêcher les départs en vacances. En Ile-de-France, 7 escadrons d'une centaine d'hommes de la gendarmerie mobile et 3 hélicoptères sont mobilisés en renfort.

La nouvelle plateforme **MobilisationEmploi** vient d'être lancée pour soutenir l'emploi français. Les demandeurs d'emploi et les salariés en activité partielle peuvent, via cette plateforme, se porter volontaires dans plusieurs secteurs essentiels à l'activité économique.

Le Premier Ministre, **Édouard Philippe**, était ce jeudi, l'invité d'une émission spéciale intitulée "**Le Premier ministre face à la crise**". Découvrez ce qu'il faut en retenir.

Une **nouvelle attestation pour smartphone** sera disponible dès le 6 avril.

Pour combattre l'ennui qui nous gagne pendant le confinement, la Mairie de Paris a décidé d'ouvrir **ses bibliothèques numériques** aux Parisiens, c'est-à-dire à ceux qui vivent, travaillent ou étudient à Paris.

Patrick Devedjian, président des Hauts-de-Seine et ancien ministre, est la première personnalité politique française à décéder du Covid-19 dans la nuit du samedi 28 au dimanche 29 mars 2020. Les altoséquanais lui rendent un dernier **hommage sur internet**.

Emmanuel Macron a diffusé ce jeudi 2 avril 2020 une vidéo adressée au **autistes** dans laquelle il annonce un aménagement du confinement ainsi qu'une nouvelle attestation de déplacement pour ces personnes qui ont besoin de repères.

Quand et comment se déroulera le déconfinement en France ? C'est la question que tout le monde se pose alors que le confinement doit se prolonger, au moins, jusqu'au 15 avril 2020. Auditionné lors d'une mission d'information de l'Assemblée nationale, le Premier Ministre Edouard Philippe a confié que la fin du confinement ne se fera probablement pas "en une fois, partout et pour tout le monde".

La **Maire de Paris** fait son **point sur la situation ce mercredi 1er avril 2020**. Découvrez les dernières recommandations et mesures prises par la ville de Paris concernant le nettoyage, les **violences conjugales**, les déplacements en Vélib' et l'entraide.

À **Paris**, comme dans les autres grandes villes mondiales, les agents de propreté, de sécurité ou encore le personnel dédiés aux enfants des soignants continuent de travailler, malgré la crise sanitaire actuelle. Pour leur engagement, la Ville de Paris souhaite leur verser **une prime de 35 euros nets par jour**.

Valérie Pécresse alerte sur l'arrêt presque total des chantiers de transport, ce qui peut avoir un impact sur les JO 2024 : *"Un ou deux mois d'arrêt peut impliquer plus d'une année de retard in fine. (...) Si on rate une fenêtre de tir pour installer un ouvrage d'art, on perd le créneau, on doit reporter les travaux à l'année suivante"*, a-t-elle indiqué.

Alors que l'ensemble de la France est confinée, à Paris **l'entraide de proximité** se développe. Des gestes solidaires s'organisent ainsi au sein des immeubles et des quartiers pendant l'épidémie de coronavirus. Notez qu'en cas de **violences faites aux femmes**, le **114** est désormais disponible en SMS depuis ce mercredi.

De nombreuses **villes d'Ile-de-France ont commencé à désinfecter** leurs rues et leur mobilier urbain, afin de tenter d'endiguer la propagation du Coronavirus.

Suite à la période de confinement mise en place par le gouvernement dans le pays et un trafic fortement réduit, la SNCF annonce un **remboursement des abonnements d'avril**.

Alors que le trafic RATP est fortement réduit suite à la mise en place du confinement, le Syndicat Autolib' Vélib' Métropole annonce **la gratuité des Vélib'** « pour les déplacements autorisés » et les

« trajets de moins d'une heure ». Ce geste commercial sera mis en place jusqu'à la fin de la période du confinement.

En cette période de confinement, la Ville de Paris, la Préfecture de police, le Tribunal judiciaire de Paris et les associations restent entièrement mobilisés dans la lutte contre les **violences conjugales**.

Pour lutter au mieux contre le coronavirus en France, la Préfecture de Police de Paris interdit, à compter du 31 mars, l'accès de certaines zones des bois de Vincennes et de Boulogne à toute personne, y compris aux riverains.

L'Agence Régionale de Santé (ARS) a annoncé l'ouverture de **centres de consultations ambulatoires** dans toutes les régions de France, dans l'optique de permettre de désengorger les hôpitaux et autres cabinets médicaux, mais également de mieux orienter les patients atteints du COVID-19. Une mesure nécessaire et bienvenue en Ile-de-France, deuxième plus gros foyer épidémique du pays.

Jean-Michel Blanquer, ministre de l'Education, a annoncé le maintien des vacances scolaires de printemps comme d'été sans travail supplémentaire durant les vacances mais du soutien pour les volontaires. Côté bac, celui-ci indique sur Europe 1 qu'une "dose de contrôle continu" serait introduite et qu'il n'excluait pas l'idée d'**un bac 100% en contrôle continu**.

L'amende confinement est de nouveau réévaluée et passe ce dimanche de 135€ à **200€** en cas de récidive dans les 15 jours et peut aller jusqu'à 3750€ et 6 mois de prison pour les multirécidivistes. D'autres fonctionnaires peuvent désormais dresser ces contraventions en plus des policiers et gendarmes.

La Présidente de la Région île de France, **Valérie Pécresse**, annonce le « remboursement intégral du **Pass Navigo**, mais aussi du Navigo senior et de la carte Imagin'R, à tous les abonnés, pour le mois d'avril.

Dès ce **vendredi 27 mars soir,** la **Tour Eiffel rendra hommage à tous les personnes mobilisées** face à la pandémie de Covid-19 : aux personnels soignants, aux policiers, aux gendarmes, aux pompiers, aux agents de la Ville de Paris, aux secouristes, aux ambulanciers, aux soldats, aux caissières et caissiers, aux éboueurs, aux commerçants, aux livreurs, aux volontaires, aux aidants, aux associations, et aux Parisiens et Parisiennes qui en restant confinés, sauvent aussi des vies.

La Mairie de Paris fait à nouveau 7e point sur la situation. Outre les remerciements à ceux qui respectent les consignes, à ceux qui assurent le fonctionnement et la survie des habitants, la mairie appelle à la solidarité de tous les Parisiens et Parisiennes pour faciliter le ramassage des poubelles et l'entretien des voies. Un appel est aussi lancé aux volontaires pour l'aide aux sans-abris et aux **personnes isolées**. Découvrez comment **apporter votre aide durant le confinement**.

Ce mercredi 25 mars, **25 ordonnances** ont été prises par le Conseil des Ministres concernant le soutien aux entreprises, la protection des plus vulnérables, le droit au travail et la justice. Découvrez au fur et à mesure le contenu de ces ordonnances.

Ce lundi, la maire de **Puteaux** (Hauts-de-Seine), Joëlle Ceccaldi-Raynaud, a annoncé l'instauration d'un **couvre-feu de 22h30 à 5 heures** pour lutter contre la propagation du coronavirus. Idem à **Asnières**, le maire Manuel Aeschlimann a décrété un **couvre-feu** de 22h à 5 heures du matin. Ce qui porte à 3 les villes ayant instauré un couvre-feu avec **Colombes** qui l'a mis en vigueur ce samedi de 22h à 5 heures du matin. Mais entre temps, depuis l'instauration de l'Etat d'Urgence,

COSMOPOLITAN

Date : 10/04/2020
Heure : 10:48:32
Journaliste : Loïse Delacotte

www.cosmopolitan.fr
Pays : France
Dynamisme : 8

Visualiser l'article

Les commerces non essentiels commencent à rouvrir pendant l'épidémie de Coronavirus



Fleuristes, bricolage, restauration rapide, des commerces jugés "non essentiels" rouvrent progressivement leurs portes aux clients après plus de 3 semaines de confinement. Les employés doivent cependant être volontaires et les gestes barrières respectés.
Depuis le 17 mars, les Français doivent respecter des mesures de confinement strictes. Une immense majorité des commerces ont fermé leurs portes. Progressivement, certains commencent à les rouvrir, mais pas n'importe comment.

Les commerces qui rouvrent pendant l'épidémie
Lorsque le confinement a été annoncé, seuls les **commerces essentiels** ont eu le droit de rester ouverts, c'est à dire les pharmacies et les commerces d'alimentation comme les boulangeries, les bouchers, les supermarchés ou les primeurs

Les restaurants eux, ont le droit de conserver un système de livraison à domicile, mais ont dû fermer leurs salles.

Progressivement, des magasins "non essentiels" rouvrent leurs portes. C'est le cas des magasins d'alcool Nicolas, de certains magasins de bricolage comme Leroy Merlin, de quelques boutiques de fleuristes Interflora ou encore de certains restaurants de fast-food des chaînes McDonald's ou KFC.

Comment acheter dans les magasins non essentiels
Ces réouvertures se font d'une part avec l'aval du gouvernement. En effet, les cavistes, ou magasins de petit bricolage par exemple n'étaient pas obligés de fermer pendant le confinement, mais certains ont choisi de le faire pour protéger leurs employés. Les restaurants (même de fast-food) pouvaient continuer à faire de la livraison

Le premier élément pour que ces réouvertures partielles se fassent dans les règles est le volontariat. Seuls les **salariés volontaires pour reprendre le travail** sont amenés à le faire.

D'autre part, ces réouvertures doivent respecter des mesures sanitaires strictes afin de protéger clients et personnel alors que l'épidémie de Coronavirus n'est pas maîtrisée. Gestes barrières pour éviter la

Tous droits réservés à l'éditeur

contamination, boutiques fermées, clients filtrés etc... Il n'est pas question de flâner dans les rayons, mais de pouvoir acheter en urgence des produits nécessaires.

Les gestes sanitaires à respecter pendant l'épidémie par les commerçants
McDonald's a rouvert 15 restaurants en France il y a quelques jours, ouverts uniquement pour le drive et la livraison à domicile. Les employés respectent un **guide des bonnes pratiques** validé par un comité scientifique (lavage de mains, distances de sécurité, désinfection des surfaces etc...). KFC a adopté une stratégie similaire.

Chez Nicolas, les clients ne peuvent entrer qu'un par un dans le magasin et doivent payer par carte bancaire sans contact.

Quelques enseignes de bricolage ont aussi rouvert pour que les Français puissent acheter des essentiels de dépannage. Brico Dépôt, Boulanger, Leroy Merlin, toutes ont mis en place un **système de drive sans contact** dans certains magasins, certains offrent aussi la livraison à domicile pendant le confinement . La procédure de commande et de retrait est expliquée sur leur site internet.

Les pépiniéristes et horticulteurs peuvent à nouveau vendre des pousses pour le potager, produits de première nécessité. Le réseau Interflora a repris la vente de fleurs dans certains magasins pour l'instant à Paris, mais uniquement via la livraison à domicile sans contact.

Tous droits réservés à l'éditeur

www.ouest-france.fr
Pays : France
Dynamisme : 985

Visualiser l'article

Coronavirus. McDonald's, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement

Coronavirus. McDonald's, Nicolas, Vinted… Ces enseignes qui rouvrent partiellement
Après la fermeture massive de magasins ayant suivi l'annonce des mesures de confinement, certaines enseignes relèvent le rideau progressivement, en adaptant leurs pratiques de vente à l'épidémie de coronavirus.
Édouard Philippe annonçait aux Français, le 14 mars dernier, la fermeture de tous les lieux recevant du public non indispensables à la vie du pays pour combattre la propagation du coronavirus. Parmi lesquels, bars, restaurants, discothèques mais également de nombreux commerces jugés non-essentiels. Mais certaines chaînes de magasins, qui avaient baissé le rideau, reprennent ces jours-ci une activité partielle et adaptée.

> Suivez notre direct de ce vendredi 10 avril sur l'épidémie de coronavirus

Les enseignes de fast-food
L'enseigne de restauration rapide McDonald's avait annoncé, début avril, qu'elle travaillait à la mise en place d'un protocole sanitaire pour reprendre une partie de son activité en sécurité. Si la réouverture de ses quelque 1 490 restaurants français n'est pas à l'ordre du jour, une quinzaine de restaurants de l'Ouest et d'Ile-de-France se préparent à reprendre les services de drive et de livraison.

D'autres enseignes reprennent également du service, à l'instar de Pizza Hut ou de KFC, spécialisé dans le poulet.

Les magasins de bricolage
Le 24 mars dernier, le gouvernement annonçait que les magasins de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres, pouvaient poursuivre leur activité. Dont acte. Castorama, Leroy Merlin ou encore Brico Dépôt testent dans l'Ouest et dans le reste de la France un système de drive, sans contact et donc plus sûr pour les clients et les équipes. Ces enseignes proposent, de fait, un nombre réduit de références. Certaines travaillent sur la mise en place de systèmes de livraison.

Nicolas
Alors que les cavistes font partie des commerces jugés essentiels et sont autorisés à rester ouverts durant la période de confinement, la chaîne Nicolas avait annoncé le 14 mars la fermeture l'ensemble des magasins de son réseau.

Finalement, le 2 avril, environ 300 boutiques sur 500 reprenaient leur activité, comme le rapportent *Les Échos*. Les magasins n'acceptent qu'un client à la fois, pour limiter les risques de propagation du virus.

Les fleuristes
Aujourd'hui, nous sommes confrontés à une concurrence déloyale : permettre aux grandes surfaces de vendre de la fleur coupée, c'est une seconde injustice pour nous, affirmait le 19 mars à l'AFP le président de la fédération française des artisans fleuristes, Florent Moreau.

Sur *France Info*, le directeur général du groupe MyFlowers a annoncé qu'une quinzaine de fleuristes rattachés sous l'enseigne Interflora allait reprendre leurs livraisons en Ile-de-France. Avant une généralisation pour le reste de l'Hexagone ? Dans l'Ouest, le secteur de l'horticulture souffre énormément des conséquences de l'épidémie de coronavirus.

0CxK6YjhsmjMBadWIwXk395N3KxY7YHq-0_reu1ycXpXlIFkhN_yfmQtlwCHfZOIme9yf9kt_2gYee3c5WfqV-vPqn3Yvng32UmgUImZPLp0Yjg1

Tous droits réservés à l'éditeur

Vinted
Ce n'est pas un magasin à proprement parler, mais la plateforme Vinted, spécialisée dans la vente de vêtement de seconde main et forte de 10 millions d'utilisateurs, a annoncé la réouverture des achats sur son site à compter du 9 avril dernier.

Cette décision a suscité l'ire de certains internautes qui reprochent à Vinted de mettre en danger les employés des plateformes de livraison.

D'autres enseignes emboîteront-elles le pas ? Nos confrères de *France Info* se font l'écho d'une demande des couturières, extrêmement sollicitées pour la confection de masques et qui désespèrent de manquer de tissu : On a besoin que les maires, les préfets, prennent leurs responsabilités, débloquent des budgets et ouvrent les magasins de tissus en drive, comme Emmaüs.

Visuel indisponible
Un employé de Castorama devant le magasin de Hellemmes, dans le nord de la France, le 20 mars dernier (photo d'illustration).

AFP / PHILIPPE HUGUEN

0CxK6YjhsmjMBadWIwXk395N3KxY7YHq-0_reu1ycXpXIlFkhN_yfmQtlwCHfZOIme9yf9kt_2gYee3c5WfqV-vPqn3Yvng32UmgUImZPLp0Yjg1

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 10/04/2020
Heure : 14:28:13
Journaliste : Caroline J

www.sortiraparis.com
Pays : France
Dynamisme : 33

Visualiser l'article

Que faire pendant ce week-end de Pâques en confinement à Paris les 10, 11, 12 et 13 avril 2020



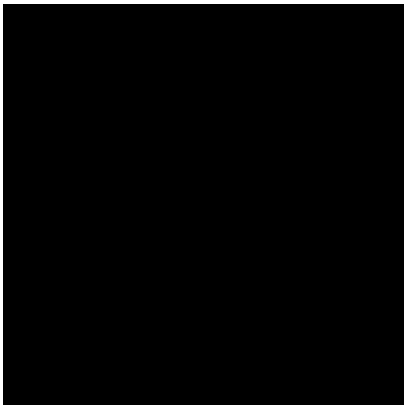
Dans le contexte sanitaire actuel, Sortiraparis vous recommande la plus grande prudence en limitant au maximum vos déplacements. Malgré le confinement, il est toujours possible de s'occuper chez soi ! Faire du sport, cuisiner des bons petits plats ou encore profiter de concerts en direct sur les réseaux sociaux ! Par ici pour découvrir quoi faire à Paris pendant ce week-end de confinement, du vendredi 10, samedi 11, dimanche 12 et lundi 13 avril 2020.

Depuis le 17 mars à midi, la France est à l'arrêt avec la mise en place d'un **confinement** afin de limiter et freiner la propagation de **coronavirus** sur notre territoire. Bien sûr, on oublie les sorties et tous les déplacements non indispensables mais ça ne nous empêche pas de trouver des **alternatives aux sorties** et des **activités à faire chez soi** !

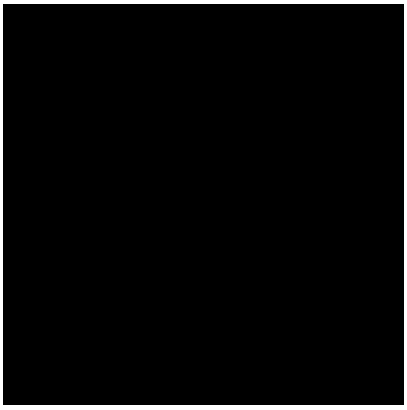
On fait d'abord le point sur les dernières infos :

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



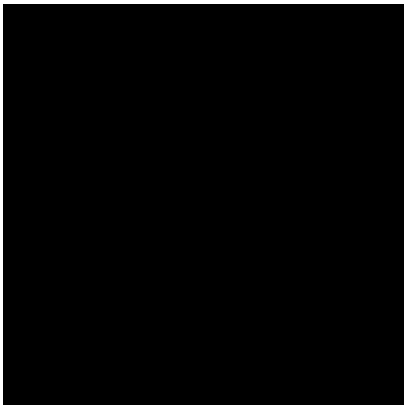
Coronavirus : la situation à Paris et en Île-de-France ce 10 avril
Découvrez les dernières informations concernant la situation sur l'épidémie de coronavirus à Paris et en Ile-de-France ce vendredi 10 avril. Courses, transports, mesures, découvrez les dernières nouvelles. On dénombre ce jour 2667 personnes en réanimation en Ile-de-France. Les activités sportives sont désormais interdites en journée dans plusieurs départements d'Ile-de-France. Le nombre de personnes en réanimation est en baisse pour la première fois en Ile-de-France.



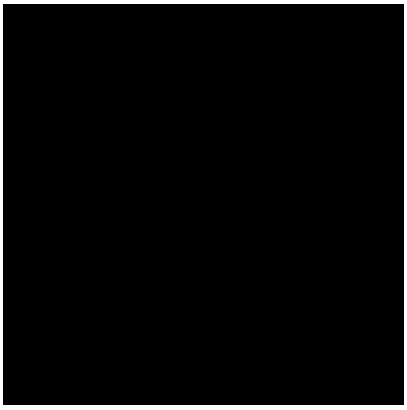
Coronavirus : la situation en France, renforcement des contrôles pour le Week-end de Pâques
La France, confinée depuis quelques jours, poursuit ses mesures pour enrayer l'épidémie. Un confinement certainement amené à se poursuivre pendant plusieurs semaines, un point est attendu ce lundi 13 avril par Emmanuel Macron. Ce jeudi 9 avril, le nombre de cas en réanimation était en baisse pour la première fois. On dénombre 412 morts en 24h en milieu hospitalier et 929 décès en centre sociaux et médico-sociaux en 48h.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



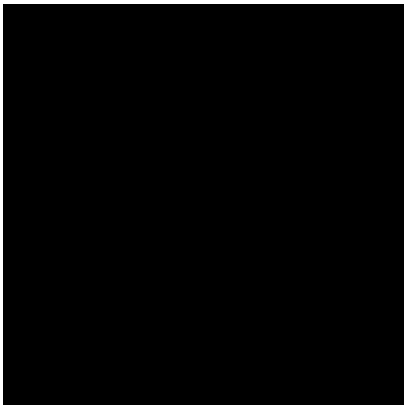
Coronavirus : la situation dans le monde, 605 morts en Espagne en 24h
Depuis plusieurs semaines, le monde entier fait face à la crise sanitaire sans précédent du coronavirus. Découvrez le bilan des pays les plus touchés par l'épidémie de coronavirus ce vendredi 10 avril 2020. On dépasse désormais la barre des 95 000 décès dans le Monde à cause du Covid-19. On dénombre ce jour 1783 morts en 24h aux Etats-Unis avec près de 800 morts à New York. Le nombre de décès continue de baisser en Espagne.



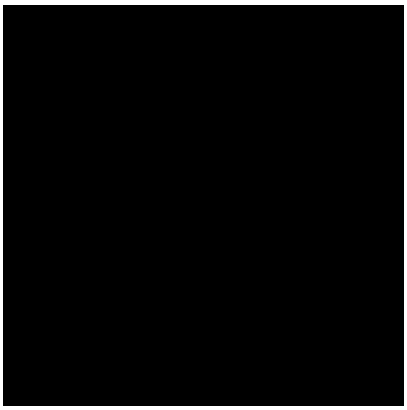
Sport interdit de 10h à 19h à Paris : Anne Hidalgo en appelle à "la responsabilité" des joggeurs
La pratique sportive à Paris est désormais soumise à un encadrement plus strict pendant le confinement. A compter du 8 avril 2020, les "sorties pour des activités sportives individuelles" sont interdites entre 10h et 19h dans la capitale.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



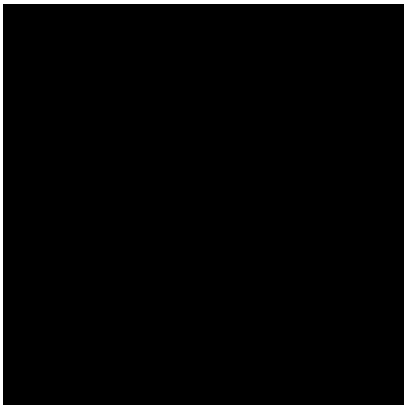
Coronavirus : Anne Hidalgo promet d'offrir deux millions de masques en tissu aux parisiens
Invitée de Franceinfo le mardi 7 avril 2020, la Maire de Paris Anne Hidalgo a promis que "deux millions de masques en tissu" seront "offerts" aux Parisiens "dans les prochains jours" afin de lutter au mieux contre l'épidémie de coronavirus.



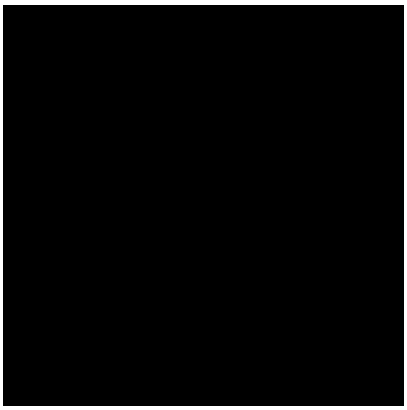
Coronavirus : le plan de soutien renforcé pour la Seine-Saint-Denis
En raison de la pandémie de coronavirus, la Région Ile-de-France a annoncé renforcer le plan de soutien mis en place pour le département de Seine-Saint-Denis, beaucoup plus touché que les autres. Les détails du plan renforcé ici.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



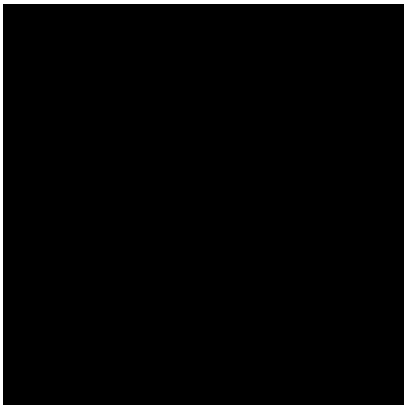
S.O.S EHPAD, une plateforme de dons pour aider le personnel
Alors que l'épidémie de coronavirus se poursuit en France, la Fondation Recherche Alzheimer annonce le lancement d'une plateforme de dons destinés aux Ehpad. S.O.S EHPAD vous permet de soutenir le personnel et de cibler les établissements où se trouvent vos proches.



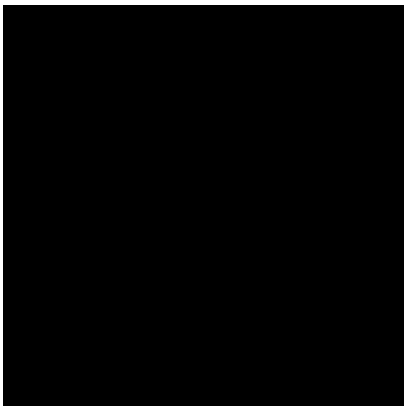
Coronavirus : comment utiliser l'attestation de déplacement numérique sur smartphone
Dès ce lundi 6 avril 2020, vous allez pouvoir présenter votre nouvelle attestation de déplacement dérogatoire sur votre Smartphone. On vous dit tout sur cette nouvelle attestation numérique "simple et sûre, développée par les équipes du ministère de l'Intérieur".

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Coronavirus : les tutoriels pour fabriquer son propre masque de protection
L'épidémie de coronavirus progresse en France et il est désormais conseillé à chacun de porter un masque de protection. Or si il n'est pas forcément possible de se les procurer en pharmacie, des tutoriels sont proposés sur le web. Attention à ne pas considérer ces masques comme un dispositif médical : l'application des gestes barrières et la limitation des sorties restent primordiaux.

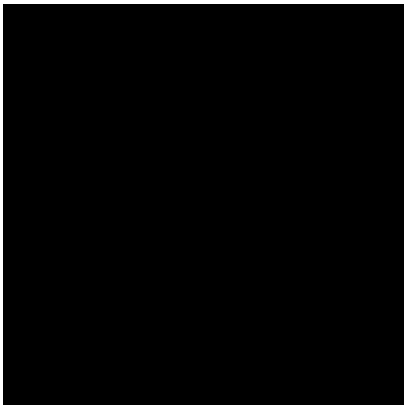


Coronavirus : Interflora, Nicolas, Leroy Merlin, KFC... l'activité reprend pour plusieurs enseignes
Depuis la mise en place du confinement en France, de nombreuses enseignes ont fermé leurs portes. Aujourd'hui, plusieurs d'entre elles ont décidé de reprendre leurs activités sous différentes formes, comme le Drive et la livraison sans contact. Interflora, **Nicolas** ou encore Pizza Hut, Leroy Merlin et KFC… on fait le point sur ces enseignes qui rouvrent.

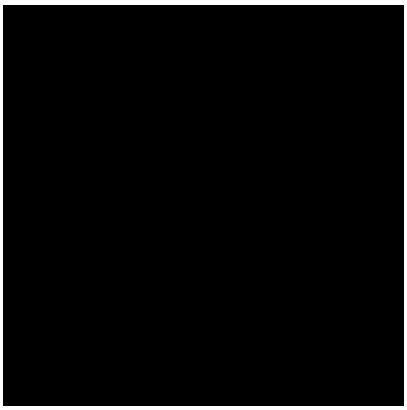
Que faire ce week-end du 10, 11, 12 et 13 avril 2020 chez soi, pour se cultiver et s'amuser

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



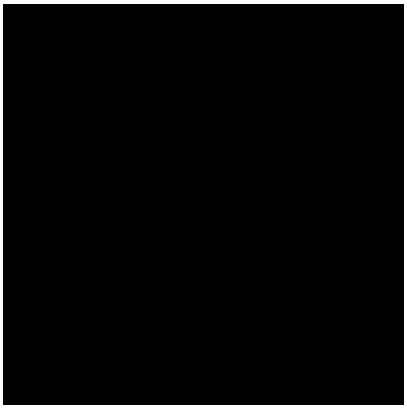
ConfinementLecture.com : des livres et ebooks gratuits
Confinementlecture.com, c'est le site des lectures numériques gratuites ! Avec plus de 70 ebooks et livres audio gratuits, la lecture reste facile d'accès pendant le confinement. De la littérature générale, en passant par le développement personnel, l'imaginaire, la romance ou le thriller, il y en a pour tous les goûts.



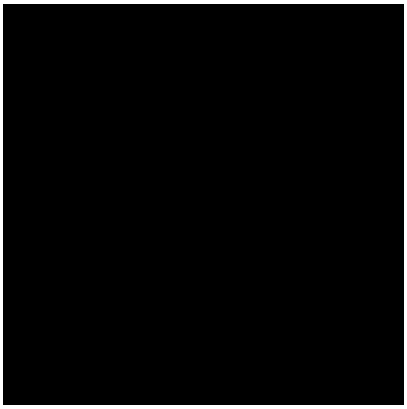
Confinement à Paris : Profitez-en pour connaître la capitale comme votre poche
Vos vadrouilles à Paris vous manquent ? En attendant la fin du confinement, on vous invite à en apprendre plus sur la capitale avant de la redécouvrir sous un nouveau jour !

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



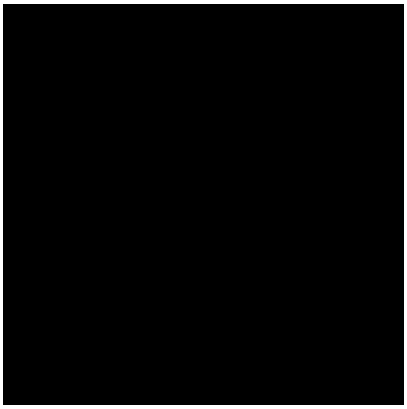
Le Saviez-Vous ? Les anecdotes insolites de Paris
Savez-vous vraiment tout de Paris ? On vous dévoile des anecdotes et des faits insolites autours des plus grands monuments parisiens et on vous emmène à la découverte de lieux surprenants dans la capitale !



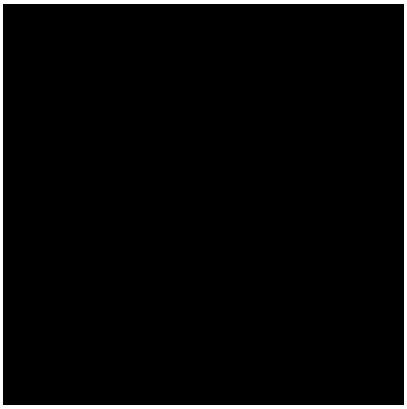
Le Saviez-Vous ? À la découverte du Paris souterrain
Envie de découvrir les dessous de Paris ? On vous emmène dans les souterrains de la capitale qui réservent bien des surprises. Catacombes, stations fantômes et lacs secrets, on vous dévoile ce que vous cache le Paris souterrain.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



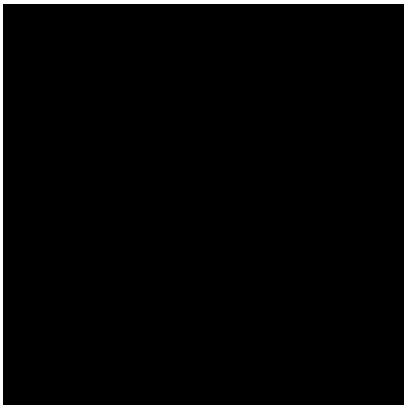
Le saviez-vous ? 4 anecdotes sur Notre-Dame de Paris
C'est l'un des monuments les plus emblématiques de Paris ! La cathédrale Notre-Dame de Paris, situé sur l'île de la Cité, regorge d'histoire et de secrets ! Pour en découvrir quelques-uns, c'est par ici !



16 oeuvres littéraires cultes à (re)lire pendant le confinement
Pourquoi ne pas profiter du confinement pour réviser ses classiques littéraires ? On vous dévoile 16 livres cultes disponibles gratuitement en ligne.

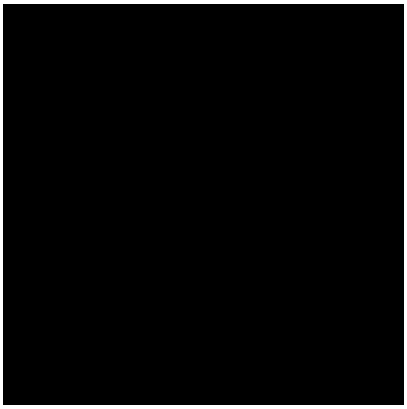
Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



La Bibliothèque numérique de Paris nous offre un accès gratuit à des milliers d'ouvrages

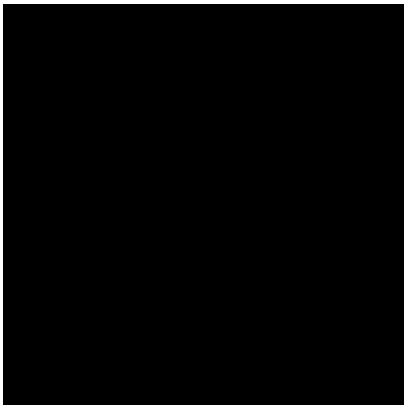
Il est venu le temps de lire et de rêver grâce aux 20 000 romans, essais, bande-dessinées et autres recueils de poésie sortis des réserves des bibliothèques de la ville de Paris. Mis gratuitement à disposition, tous ces ouvrages devraient nous occuper agréablement jusqu'au 30 juin 2020, date à laquelle l'offre expire.



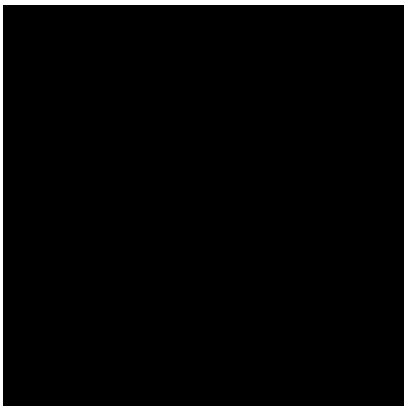
Confinement : où trouver des ebooks gratuits ?

Pour s'occuper pendant le confinement, rien ne vaut un bon bouquin ! On vous dévoile quelques plateformes sur lesquelles vous pourrez dénicher des ebooks gratuits : un super bon plan à ne pas manquer.

Tous droits réservés à l'éditeur



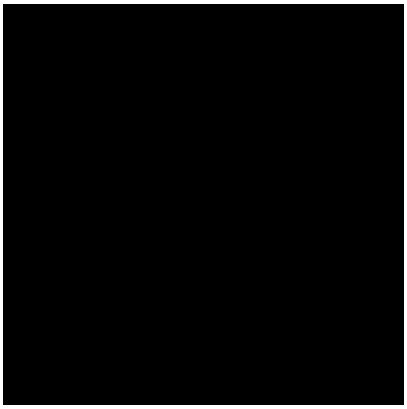
Les meilleurs jeux pour s'occuper seul ou à plusieurs pendant le confinement
Parce qu'il y en a marre des petits chevaux ou du Mille bornes, voici quelques jeux de société en ligne qui font agréablement passer le temps. Seul.e ou à plusieurs, jouez et amusez-vous. Vous ne verrez pas passer le temps de cette période de confinement !



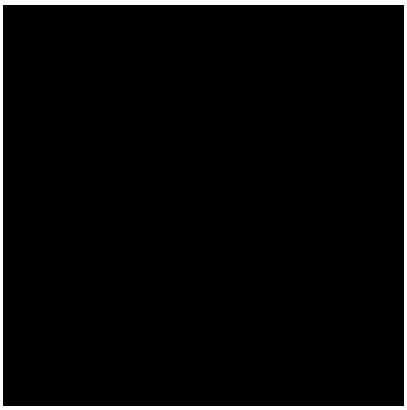
Cuisine, dessin, couture, sport : plus de 1000 cours gratuits et en vidéo sur Skilleos
Cuisine, dessin, couture, sport... Skilleos met à disposition gratuitement l'intégralité de son catalogue de cours vidéo pour les adultes et les enfants, pendant un mois !

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

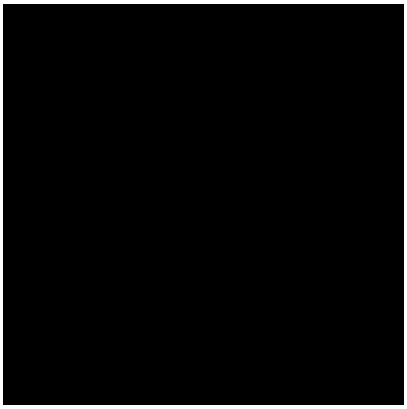


Couture, tricot, broderie : le bon plan pour s'occuper pendant le confinement
Puisqu'on est confiné, pourquoi ne pas exercer sa créativité ? Avis aux passionnés de mode et aux apprentis couturiers, on vous dévoile quelques plans pour apprendre la couture et dénicher des patrons depuis chez soi ! Couture, tricot, broderie, voilà de quoi vous occuper.

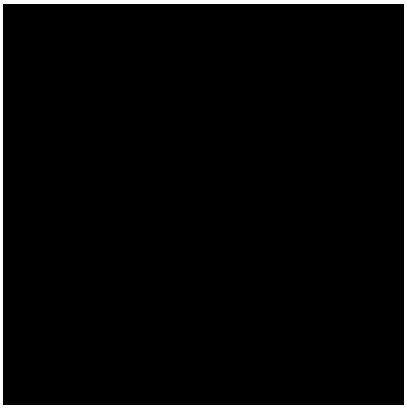


Confinement : des activités nature et green à faire chez soi
Cette période de confinement est l'occasion pour beaucoup de revenir à l'essentiel. Alors pour toutes celles et ceux qui veulent développer leur main verte, découvrez quatre idées green et nature à faire chez soi en intérieur.

Tous droits réservés à l'éditeur



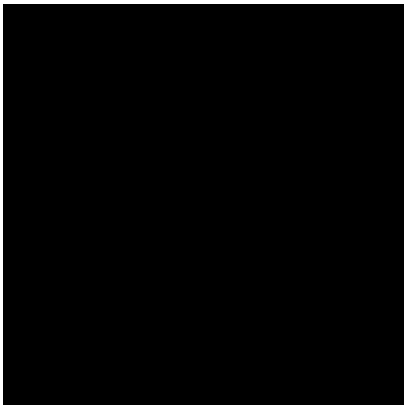
Coronavirus : notre sélection de jeux vidéo pour s'occuper à la maison
En raison de l'épidémie de Coronavirus, le Président de la République Emmanuel Macron a annoncé lundi 16 mars 2020 au soir de nouvelles mesures, impliquant un confinement partiel et invitant les Français à rester chez eux. Et pour les geeks amateurs de jeux vidéo qui ont désormais du temps à tuer (après le télétravail ou les devoirs maison pour ceux qui peuvent), la rédaction vous propose une sélection de softs incontournables pour s'occuper ou occuper vos enfants pendant le temps du confinement. Let's play !



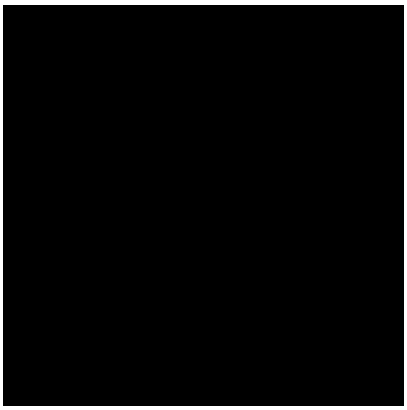
Confinement : j'ai décidé d'apprendre une langue étrangère, les applis indispensables
Et si vous appreniez une nouvelle langue étrangère pour occuper vos longues journées en cette période de confinement ? Anglais, suédois, chinois ? Découvrez les différentes plateformes et applications mobiles disponibles, gratuites ou payantes, pour apprendre une langue étrangère et avoir la sensation d'un peu voyager.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



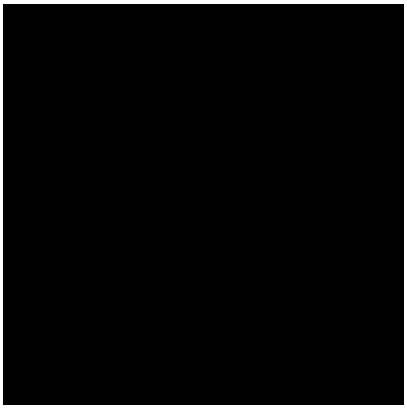
Confinement : House Party, Netflix Party... les applis pour garder un lien social et le moral
Depuis la mise en place du confinement dans le pays, les français se ruent sur certaines applications mobiles pour garder le contact avec leurs amis et leur famille. House Party, Netflix Party ou tout simplement Skype… on découvre ces applis qui permettent de garder le lien social, et le moral par la même occasion !



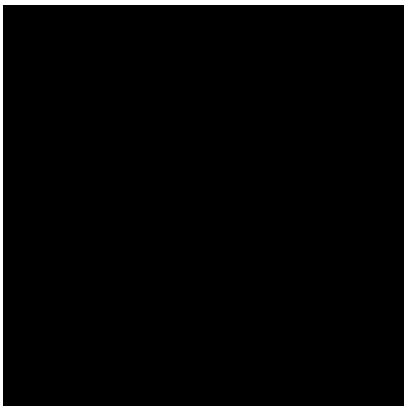
Les meilleurs jeux mobiles pour s'occuper pendant le confinement
Le temps peut paraître bien long lorsque l'on est confiné chez soi. Pour passer le temps en s'amusant, découvrez notre sélection de jeux pour mobile. Réflexion, aventure, jeux classiques ou jeux indés, faites votre choix, rechargez votre téléphone et c'est parti !

Que faire ce week-end du 10, 11, 12 et 13 avril 2020 chez soi , pour admirer l'art

Tous droits réservés à l'éditeur



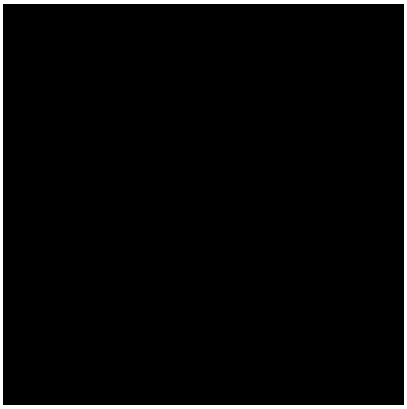
Coronavirus : les musées et leurs collections depuis chez vous
Alors que les Parisiens et Franciliens sont invités à rester chez eux, confinés en raison de l'épidémie de Coronavirus, mais qu'une petite visite au musée, ça manque quand même un peu, la rédaction vous propose une sélection des visites virtuelles et autres collections numériques des musées parisiens, à découvrir tranquillement sans sortir de chez soi.



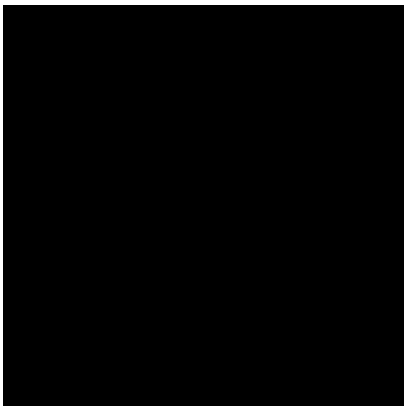
Coronavirus : le top des expositions virtuelles à découvrir pendant le confinement
Si vous pensiez être en manque d'expo pendant cette épidémie de coronavirus, détrompez vous ! On vous embarque à la découverte des expositions virtuelles en attendant la fin du confinement.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

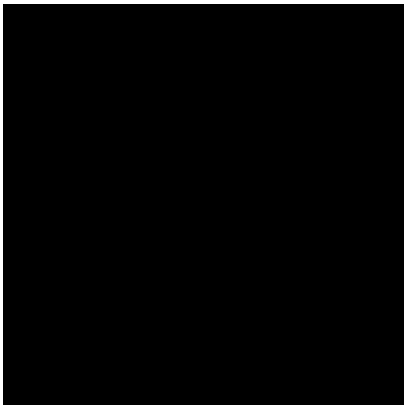


Coronavirus : le Musée Carnavalet à découvrir depuis chez vous
Coronavirus oblige, à défaut de pouvoir profiter à nouveau du Musée Carnavalet, qui devait réouvrir au printemps 2020 après des années de travaux, on saisit l'occasion du confinement pour le visiter numériquement parlant, depuis chez soi, grâce à une visite virtuelle inédite.

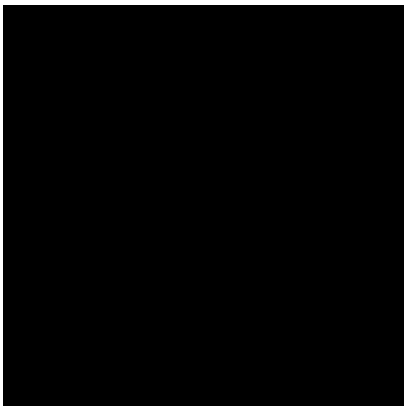


Coronavirus : la Fondation Louis Vuitton et son programme hebdomadaire à la maison
En raison de l'épidémie de Coronavirus et du confinement qui en a découlé, la Fondation Louis Vuitton vous propose de découvrir ses expositions sans bouger de chez vous. Au programme également : des concerts, masterclasses et autres rendez-vous.

Tous droits réservés à l'éditeur



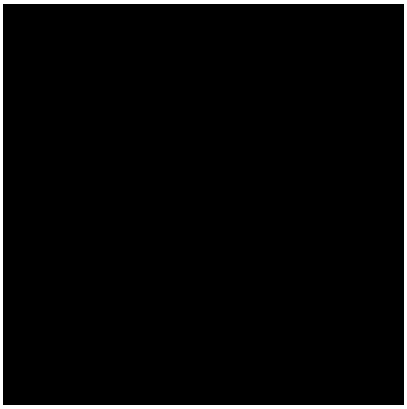
Coronavirus : l'Atelier des Lumières s'invite chez vous
A défaut de pouvoir vous rendre à l'Atelier des Lumières en raison du Coronavirus, c'est l'Atelier des Lumières qui vient à vous ! De quelle façon ? A travers différentes expériences comme la découverte d'une oeuvre par jour ou encore des animations pour les enfants. L'idéal pour passer le temps et s'évader pendant le confinement.



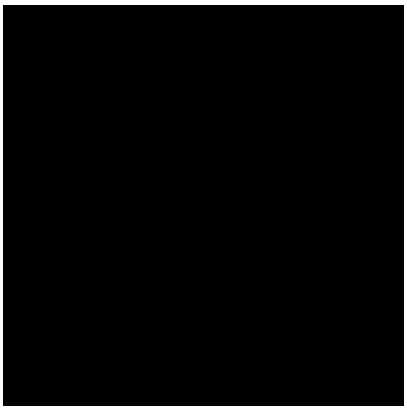
Soulages, la puissance créatrice : l'exposition virtuelle à 360°
Ce n'est pas à 100 ans que l'on accepte de se faire confiner : Pierre Soulages est de retour dans notre paysage culturel avec une exposition à 360°. Cette visite virtuelle gratuite de l'exposition "Soulages, la puissance créatrice" nous fait revivre les grands moments de la carrière de l'artiste.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

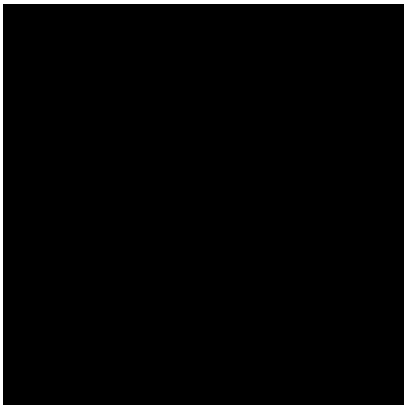


Coronavirus : le Musée d'Art Moderne en visite virtuelle depuis chez vous
Avis aux amateurs d'art ! Malgré le Coronavirus, le Musée d'art Moderne de la Ville de Paris vous invite à découvrir ses espaces, virtuellement, depuis chez vous. De quelle façon ? Avec une visite virtuelle à 360 degrés, pour une immersion des plus total...

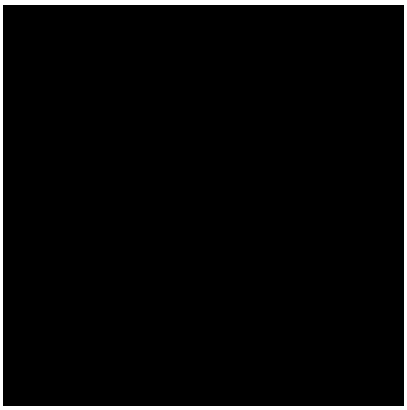


Coronavirus : Pompéi, l'exposition au Grand Palais depuis chez vous
En raison de l'épidémie de Coronavirus, pas d'exposition Pompéi pour le moment au Grand Palais, mais cela n'a pas empêché l'établissement culturel de proposer une version numérique de cette grande rétrospective. A découvrir dès le 25 mars 2020, à partir de 12h.

Tous droits réservés à l'éditeur

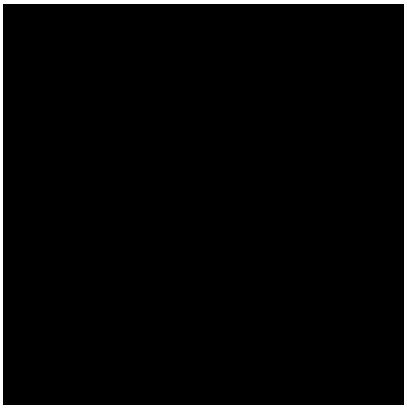


Le Musée du Louvre à portée de doigt pendant le confinement
Le Musée du Louvre, comme tous ses confrères, est fermé jusqu'à nouvel ordre. Malgré le confinement, on peut tout de même admirer les trésors qu'il abrite grâce aux différents formats disponibles sur son site internet. C'est parti pour une petite visite gratuite !

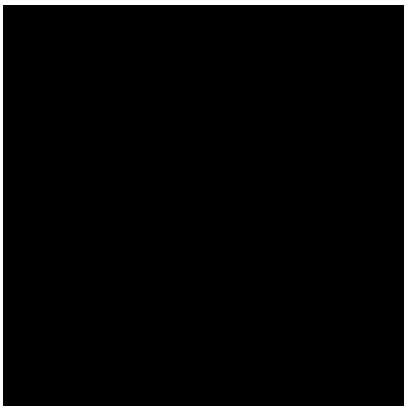


Coronavirus : le Musée Rodin et ses collections à découvrir à la maison
Coronavirus oblige, pas de visite possible du Musée Rodin, physiquement parlant... Mais ce n'est pas pour autant que l'on ne peut pas s'émerveiller un peu devant les différentes oeuvres du musée puisque l'établissement culturel vous propose de découvrir ses collections virtuellement, depuis chez vous. Une mise à disposition des collections rendues possibles dans le cadre de l'opération #CultureChezNous, menée par le ministère de la Culture.

Tous droits réservés à l'éditeur

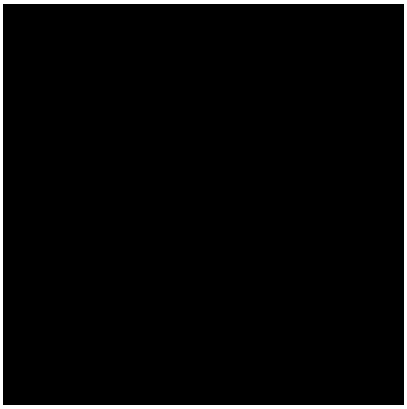


Coronavirus : la programmation numérique du Musée d'Archéologie Nationale
Pour se cultiver et réviser son histoire antique pendant le confinement causé par la pandémie de Coronavirus, on file sur le site du Musée d'Archéologie Nationale qui vous propose plein d'animations numériques à découvrir en famille depuis son salon.

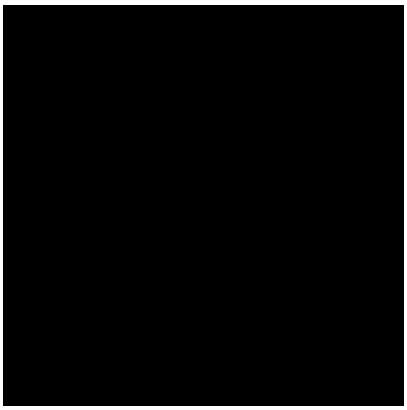


Coronavirus : Le Musée d'Orsay propose des visites virtuelles pour les enfants
Coronavirus oblige, pour occuper vos enfants pendant le confinement, le Musée d'Orsay et le Musée de l'Orangerie vous filent un petit coup de main en vous invitant à découvrir Les Petits M'O, un site dédié aux plus jeunes proposant des visites virtuelles de ses espaces, ainsi que de nombreuses animations.

Tous droits réservés à l'éditeur

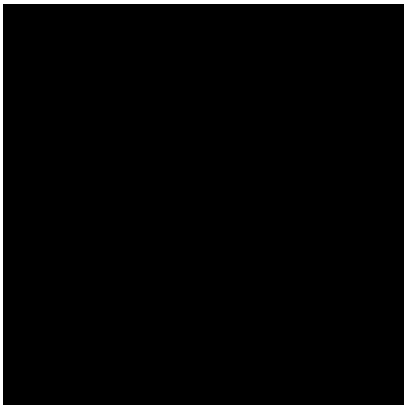


Coronavirus : découvrez les oeuvres du Musée de Cluny en 3D depuis chez vous
A défaut de pouvoir vous rendre au Musée de Cluny, Coronavirus oblige, et profiter une dernière fois de ses espaces d'exposition avant une fermeture pour travaux, l'établissement culturel vous propose de découvrir ses oeuvres, en 3D, depuis chez vous... Le moyen idéal d'approfondir ses connaissances sur le Moyen-Âge et de s'occuper pendant le confinement.

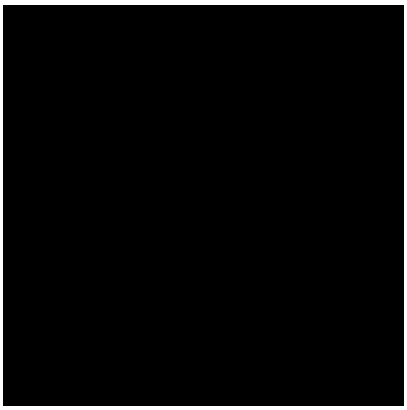


Croyances, l'exposition virtuelle à visiter gratuitement avec l'Institut des Cultures d'Islam
L'institut des Cultures d'Islam nous propose un voyage vers le continent africain avec Croyances : faire et défaire l'invisible. Cette exposition, accessible gratuitement en visite virtuelle, nous fait découvrir les religions, les superstitions et les mythes qui font vivre les populations d'Afrique.

Tous droits réservés à l'éditeur



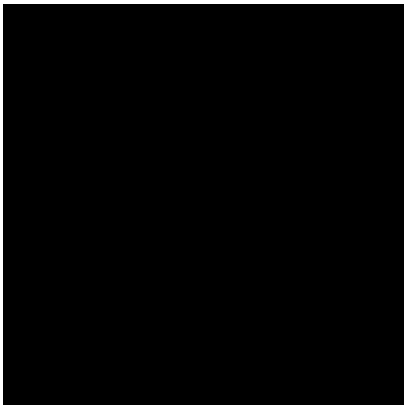
Coronavirus : Claudia Andujar, l'exposition de la Fondation Cartier disponible numériquement
En raison de l'épidémie de Coronavirus, la Fondation Cartier vous propose de découvrir son actuelle exposition, autour des photographies de Claudia Andujar, directement depuis chez vous via un site internet spécialement dédié. L'occasion de découvrir cette rétrospective avant de pouvoir se rendre sur place, à la fin du confinement.



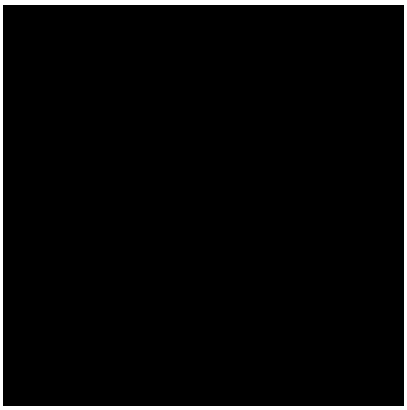
Coronavirus : Lifetime, la réponse artistique de Lafayette Anticipations au confinement
En raison de la pandémie de coronavirus et parce que les amateurs d'art ne peuvent donc plus se rendre à Lafayette Anticipations pour le moment, confinement oblige, l'établissement culturel pense à eux en leur proposant Lifetime, une réponse salutaire et artistique mise en place avec le soutien de nombreux artistes. De quoi occuper son esprit pendant cette période des plus troubles.

Que faire ce week-end du 10, 11, 12 et 13 avril 2020 chez soi, côté musique et spectacles

Tous droits réservés à l'éditeur

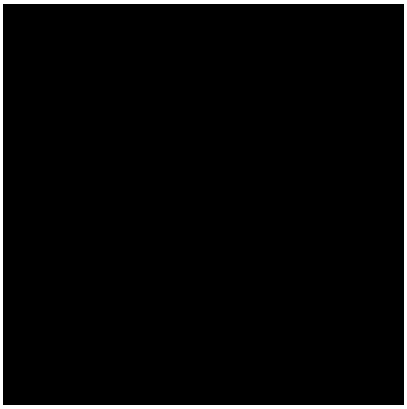


Que faire pendant le confinement : le top des concerts virtuels à suivre en live depuis chez soi
En cette période de confinement, la musique redonne du baume au cœur et les concerts virtuels d'artistes se multiplient sur la toile. On fait le point sur les sessions des artistes français et internationaux, proposées en live sur les réseaux sociaux, et à visionner depuis chez soi !

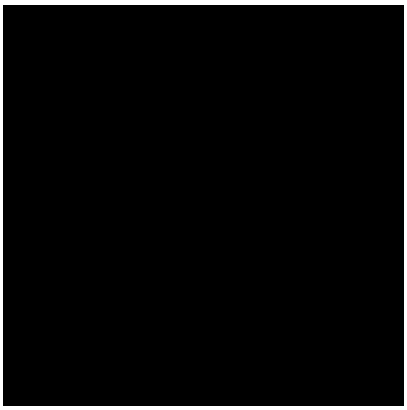


Confinement : les concerts des musées de la Ville de Paris à revivre gratuitement
Les musées de la Ville de Paris s'adaptent aux mesures de confinement et proposent aux mélomanes de revivre gratuitement, depuis chez eux, plusieurs de leurs concerts organisés dans le cadre de l'événement baptisé 'Paris Musées Off'. Prenez place sur votre canapé pour visionner et écouter, tous les samedis à 19h, des concerts uniques proposés dans de magnifiques lieux culturels de la capitale. Au programme ? Kiddy Smile et un DJ set électro de Roscius au Musée Bourdelle, ou encore un concert de Sarah McCoy au musée de la Vie romantique.

Tous droits réservés à l'éditeur

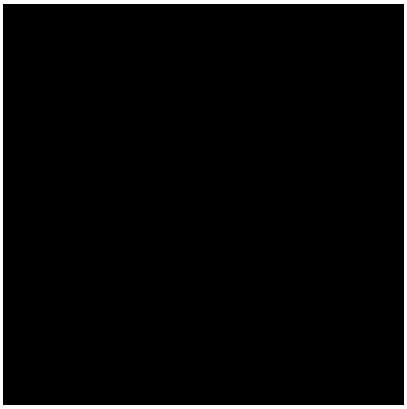


Confinement : le Ferrailleur débarque à la maison, le programme des concerts à suivre gratuitement
No One Is Innocent, Mass Hysteria ou encore La Rumeur… La salle de concerts nantaise Le Ferrailleur débarque chez vous en cette période de confinement et vous propose de (re)découvrir gratuitement sur son Facebook plusieurs live exclusifs, enregistrés en grande partie lors des 10 ans du Ferrailleur au mois de mai 2017. Par ici le programme rock !

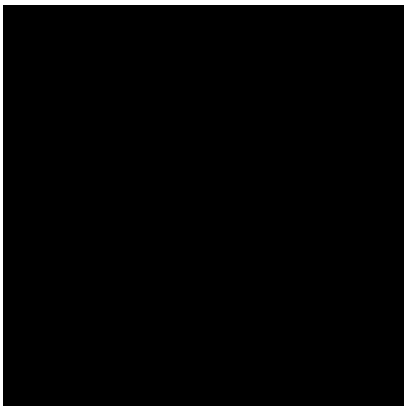


Que faire pendant le confinement ? Les concerts, spectacles et opéras à voir en ligne gratuitement
Concerts, spectacles ou encore opéras… en cette période de confinement, la culture continue de vivre à travers la toile. Streaming en direct, diffusions d'anciens concerts ou représentations d'opéra sur des plateformes dédiées... on fait le point sur les concerts, spectacles ou encore opéras à voir chez soi en cette période de confinement.

Tous droits réservés à l'éditeur

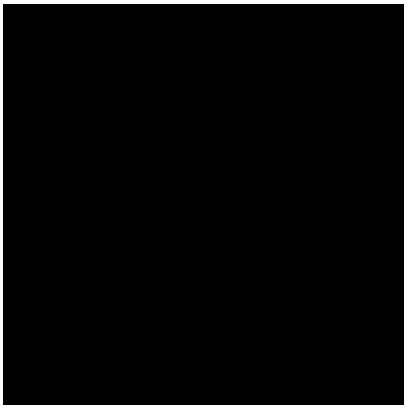


Le Montreux Jazz Festival dévoile 50 concerts gratuits en streaming
En attendant sa 54ème édition en juillet 2020, le Montreux Jazz Festival dévoile 50 concerts gratuits en streaming de ses dernières éditions. Ray Charles, Johnny Cash, Nina Simone, Marvin Gaye ou encore Deep Purple, que du beau monde pour vous faire vibrer depuis chez vous !es

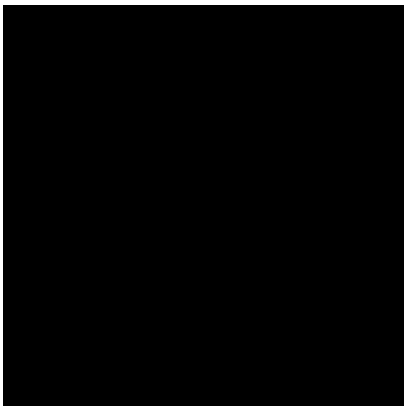


L'Opéra de Paris met en ligne gratuitement ses spectacles pendant le confinement
Don Giovanni, Le Lac des cygnes ou encore Le Barbier de Séville… tous ces célèbres spectacles sont disponibles en ligne gratuitement, à partir du 17 mars à 19h30, sur les sites de l'Opéra et de Culturebox. L'occasion de (re)découvrir de grands classiques de l'opéra chez soi en cette période de confinement.

Tous droits réservés à l'éditeur

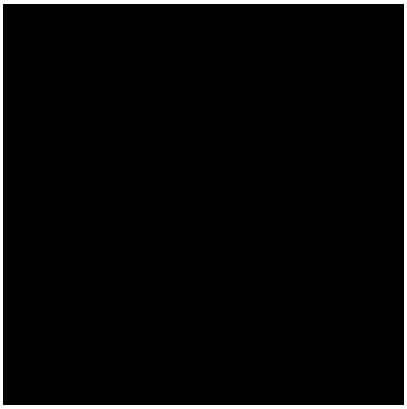


Confinement : Metallica diffuse un concert à voir gratuitement en streaming tous les lundis
Avis à tous les fans de metal et surtout de Metallica ! En cette période de confinement, le groupe américain annonce la mise en ligne d'un concert différent chaque semaine. Le live est à découvrir gratuitement en streaming depuis chez soi tous les lundis.

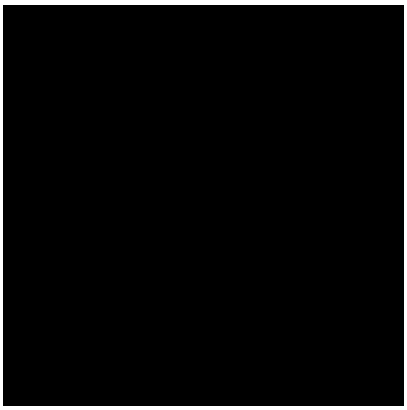


Arte Concert propose 600 concerts à voir en streaming gratuitement
Envie d'un peu de métal, de musique classique, de pop ou de rock, ou de tout ça à la fois ? Arte Concert ambiance notre confinement en nous donnant accès à quelques 600 concerts, disponibles gratuitement en streaming. Let's rock and roll !

Tous droits réservés à l'éditeur

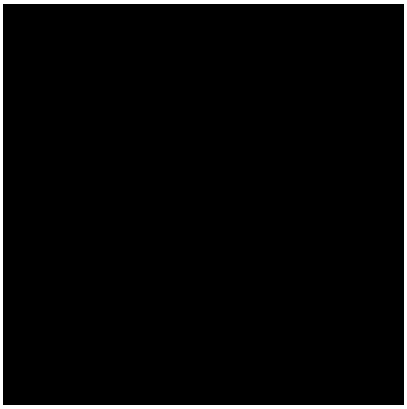


Confinement : le Cirque du Soleil débarque chez vous gratuitement grâce à CirqueConnect
CirqueConnect : c'est la plateforme mise en place par le Cirque du Soleil en cette période de confinement. Retrouvez-y des programmes spéciaux, des rencontres avec des artistes ou encore des tutoriels… le tout à découvrir gratuitement depuis son canapé !



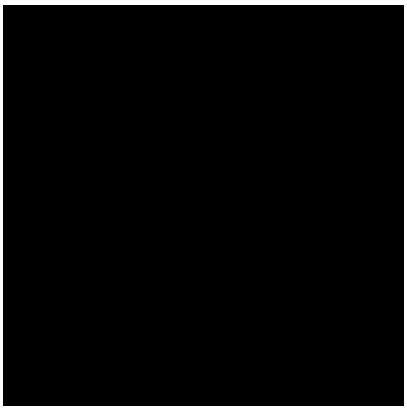
Confinement : la Comédie-Française lance sa chaîne en ligne, le programme des spectacles et pièces
Après les opéras et les concerts en streaming ainsi que les visites virtuelles, découvrez des spectacles en ligne ! En cette période de confinement, la Comédie-Française a décidé de faire venir la culture dans votre salon en lançant sa première chaîne en ligne intitulée "La comédie continue !".

Tous droits réservés à l'éditeur



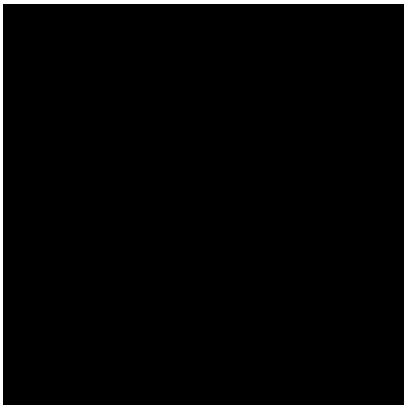
Confinement : les spectacles et pièces à voir à la télévision du 6 au 12 avril 2020
Comme les salles de spectacle et les théâtres sont fermés pendant cette période de confinement pour lutter contre l'épidémie de coronavirus, il ne vous reste plus qu'à regarder les pièces de théâtre et les spectacles d'humour qui sont diffusés à la télévision. Voici ceux à voir sur votre petit écran en cette semaine du 6 au 12 avril 2020.

Que faire ce week-end du 10, 11, 12 et 13 avril 2020 chez soi, pour se muscler

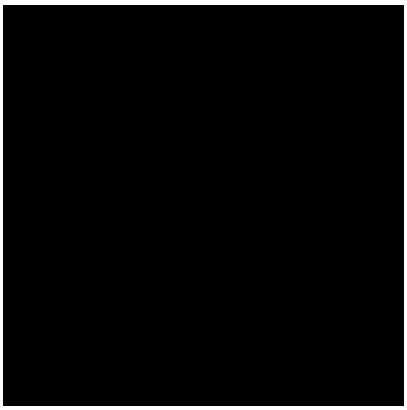


Coronavirus : les cours gratuits pour faire du sport à la maison
Gardez le moral et la forme, même en période de confinement, avec les alternatives mises en place par les salles de sport et les coachs sportifs pour faire du sport gratuitement chez vous !

Tous droits réservés à l'éditeur

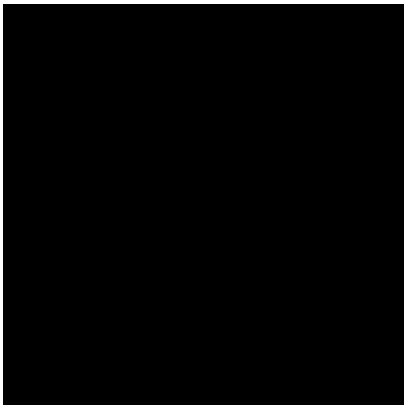


Sport et nutrition : les conseils bien-être pendant le confinement
Alors que le confinement se prolonge, les français doivent s'adapter. Comment rester en forme physiquement tout en restant confiné ? Quel régime alimentaire adopter ? Voici les conseils bien-être de Benjamin Hennequin.

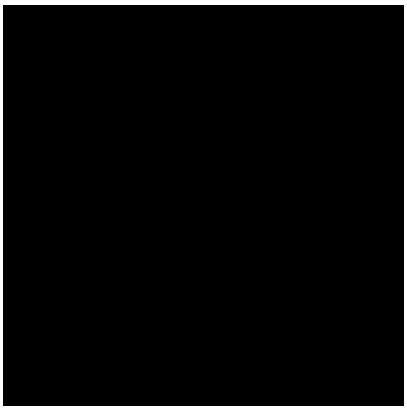


Confinement : Des cours de sport sur France Télévisions
L'émission 'Restez en Forme' débarque sur France 2, sur France 3 et sur France 5, tous les jours ! De quoi rester en forme pendant le confinement.

Tous droits réservés à l'éditeur

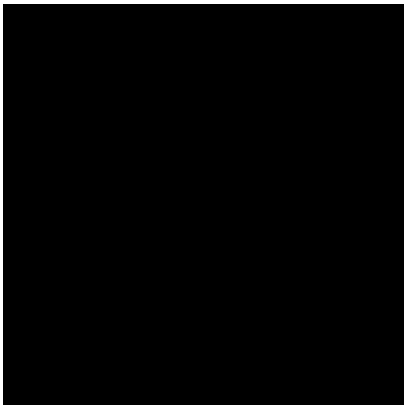


Urban Sports Club lance ses cours de sport en ligne pendant le confinement
Faire du sport chez soi pendant le confinement, en raison du Coronavirus, tout en profitant de l'expertise de spécialistes... Voilà ce que propose Urban Sports Club avec la création d'une plateforme de cours en ligne pour tous ses abonnés, s'engageant ainsi auprès de ses partenaires sportifs pour les soutenir pendant cette crise sanitaire.

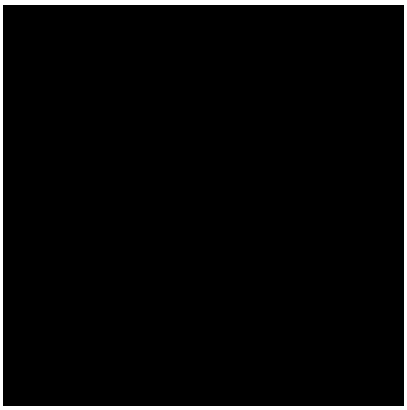


Confinement : les applications pour faire du sport à la maison
Face à la crise sanitaire actuelle, le ministère des Sports se mobilise pour que les Français maintiennent une activité physique régulière, même à la maison. En partenariat avec des applications mobiles dédiées, on apprend les bonnes recommandations quel que soit son âge ou sa condition physique : tout le monde est concerné !

Tous droits réservés à l'éditeur



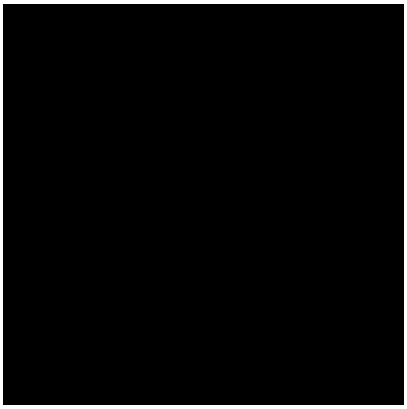
Coronavirus : Spartan Remake, le défi sportif quotidien à la maison
Comme on est tous confinés, Spartan Race a trouvé une solution alternative à la Spartan Stadion du Stade de France, reportée en octobre 2020 : réaliser chaque jour un défi sportif, à domicile, avec ses accessoires de salon !



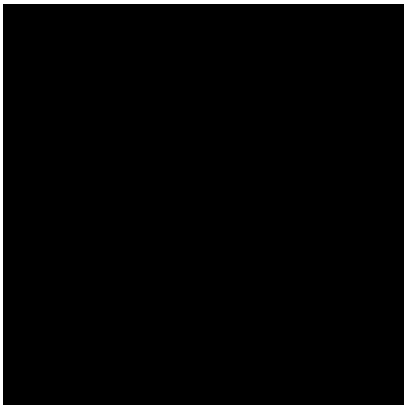
Confinement : Ritm propose des cours de sport gratuits en ligne
Alors que la France se confine face à la menace de l'épidémie de coronavirus, la salle de sport Ritm invite les Parisiens confinés à garder la forme avec des cours de sport gratuit en ligne.

Que faire ce week-end du 10, 11, 12 et 13 avril 2020 chez soi, pour titiller ses papilles

Tous droits réservés à l'éditeur

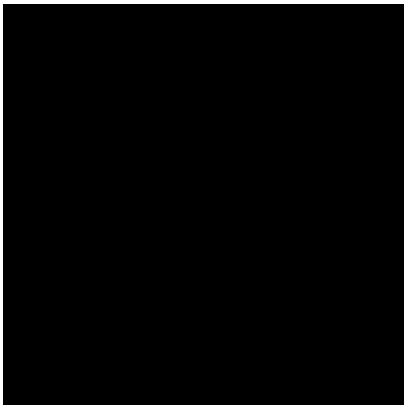


Confinement : Des grands chefs et chefs pâtissiers partagent leurs recettes en ligne
Pour continuer à se faire plaisir, même durant la période de confinement imposée en raison du Coronavirus, des grands chefs et chefs pâtissiers partagent, en ligne, des recettes à réaliser à la maison !

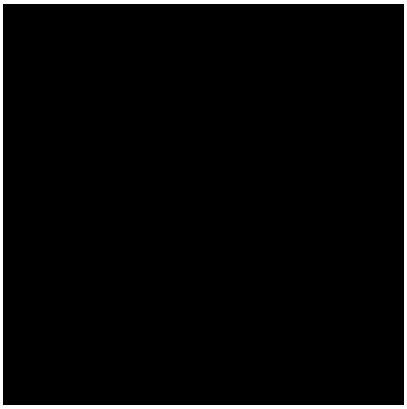


Confinement : 7 recettes créatives pour cuisiner des pâtes
En manque d'inspiration pour votre repas de confiné ? Vous ne savez pas trop quoi faire de votre stock de pâtes ? On vous dévoile 7 recettes imaginatives de chefs pour contrer la tristesse des coquillettes aux lardons.

Tous droits réservés à l'éditeur

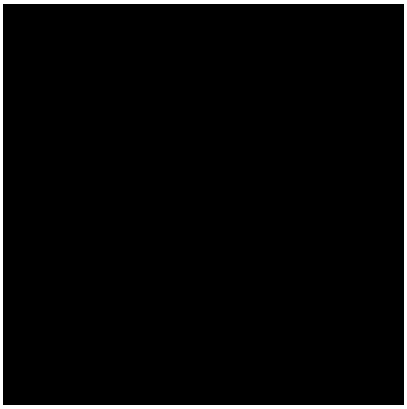


Confinement : les recettes de François Perret, meilleur chef pâtissier de restaurant du monde 2019
Parce qu'il faut bien se faire plaisir pendant le confinement, François Perret, chef pâtissier de la Table de l'Espadon au Ritz Paris, dévoile quelques-unes de ces recettes pour régaler vos papilles !

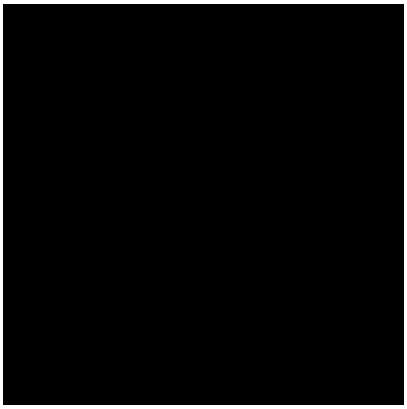


Confinement : 6 recettes de Pierre Hermé illustrées par Soledad Bravi
Les bonnes pâtisseries vous manquent ? Pierre Hermé dévoile 6 recettes illustrées par Soledad Bravi pour vous aider à patienter pendant le confinement.

Tous droits réservés à l'éditeur

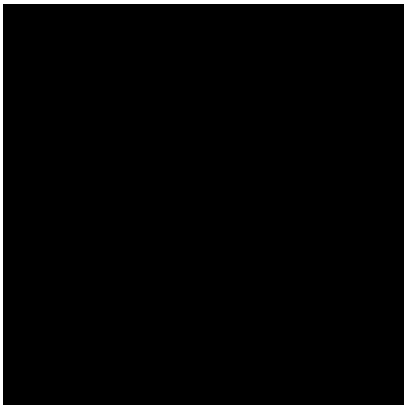


La recette des pancakes de Pascal Hainigue, chef pâtissier du Burgundy Paris
Pour enjoliver les petits-déjeuners, pendant le confinement, on se régale avec des pancakes, réalisés à partir de la recette de Pascal Hainigue.

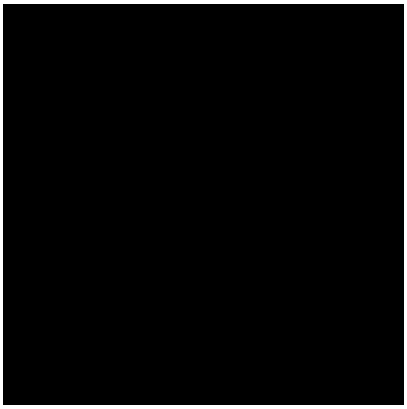


La recette du gâteau au chocolat ultra-facile de Christophe Michalak
On prépare, en famille, un super gâteau au chocolat en suivant la recette ultra-rapide et ultra-gourmande de Christophe Michalak !

Tous droits réservés à l'éditeur

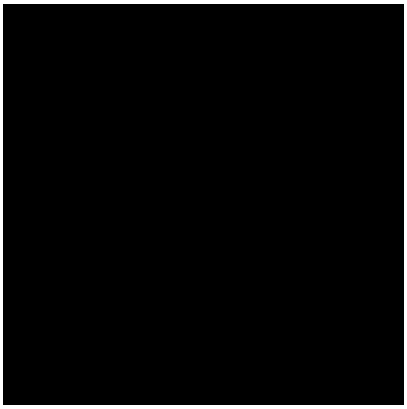


La recette de la tarte rustique aux pommes de Jennifer Hart-Smith, pâtissière pour Grand Beau Paris
Une bonne tarte aux pommes, rien de mieux pour vous aider à supporter la période de confinement ! La cheffe Jennifer Hart-Smith nous dévoile sa recette !

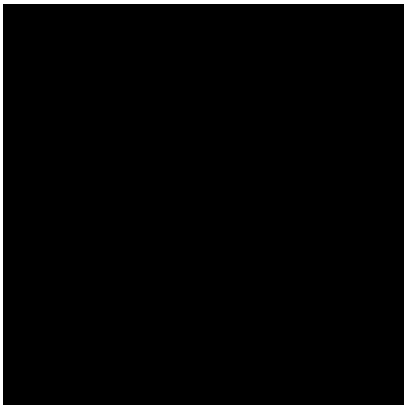


La recette du gigot d'agneau de la Boucherie Moderne pour Pâques
Pâques approche à grands pas, et ce n'est pas parce qu'on est en confinement qu'on ne peut pas se régaler avec l'agneau pascal ! La Boucherie Moderne vous donne sa recette de gigot d'agneau confit aux épices.

Tous droits réservés à l'éditeur

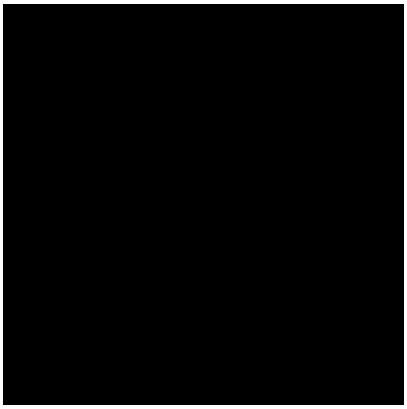


La recette des œufs brouillés aux pointes d'asperges de Gilbert Benhouda,chef du restaurant Sapristi
Des asperges vertes de saison et des oeufs brouillés crémeux, on dit oui à la recette que nous propose le chef Gilbert Benhoud.



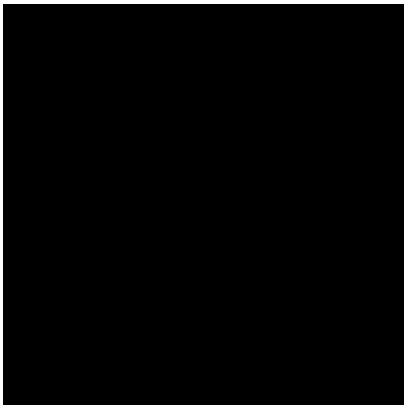
La recette du Fish & Chips de Gérald Passedat, chef de la Brasserie du Lutetia
Pour votre période de confinement, le chef Gérald Passedat vous dévoile une recette so british : un fish & chips !

Tous droits réservés à l'éditeur



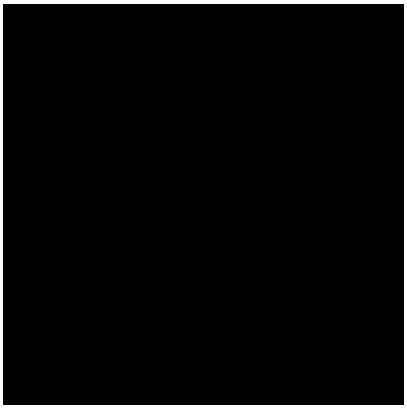
La recette des lentilles vertes, noix de cajou, curry d'Alexandre Mazzia, chef du restaurant 2* AM
Des lentilles vertes, des noix de cajou, du curry et un kumquat... Le chef Alexandre Mazzia du restaurant AM nous livre sa recette de "fond de placard", à reproduire à la maison !

Que faire ce week-end du 10, 11, 12 et 13 avril 2020 chez soi, pour voir des séries et films en ligne

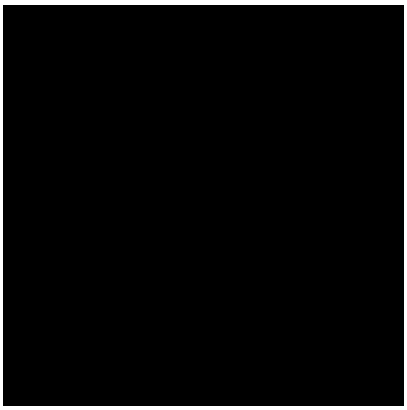


Disney+ est (enfin) lancé en France
Disney+, la nouvelle plateforme de vidéo à la demande par abonnement, arrive en France le 7 avril 2020 et propose un catalogue ultra-complet pour (re)découvrir les meilleurs films et séries de Disney. On y retrouve des productions Disney, Marvel, Pixar, Star Wars et National Geographic! Et pour le lancement on peut découvrir l'offre avec une semaine d'essai gratuite et sans engagement.

Tous droits réservés à l'éditeur

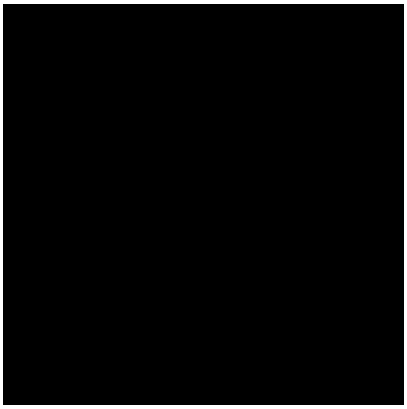


Confinement : les documentaires de The Explorers accessibles gratuitement
Envie et besoin d'évasion en cette période de confinement ? Découvrez gratuitement en illimité les documentaires de la plateforme française The Explorers. L'occasion de s'envoler vers l'Arctique canadien, l'Afrique du Sud ou encore la Polynésie.

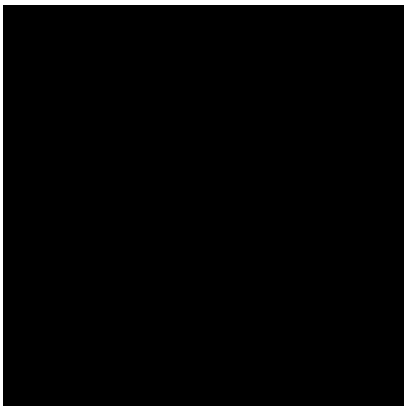


Confinement : le Forum des images dévoile son offre gratuite de vidéos en ligne
En cette période de confinement, le Forum des Images vous propose un impressionnant catalogue de contenus audiovisuels et numériques à découvrir gratuitement en ligne sur son site. Master class, cours de cinéma, conférences, débats, interviews, webséries, animations, créations originales… on découvre le programme !

Tous droits réservés à l'éditeur



Coronavirus : Rakuten TV ajoute une centaine de films gratuits à son catalogue
Rakuten TV, service de streaming vidéo à la demande, qui propose des films et des séries télévisées à la location et l'achat en France, ajoute une centaine de films gratuits (grâce à une offre avec publicité) à son catalogue pour s'occuper pendant le confinement.

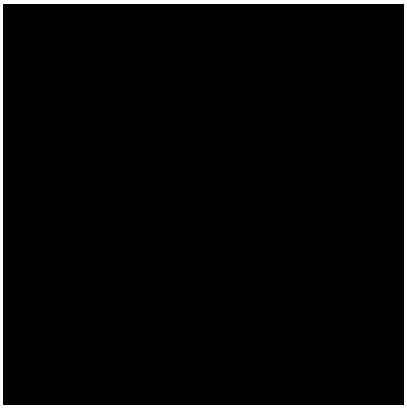


Coronavirus : les films à voir à la télévision du 6 au 12 avril 2020
A défaut de vous rendre au cinéma en raison de l'épidémie de Coronavirus et du confinement qui en découle, mais également d'avoir accès à une ou plusieurs plateforme de SVOD comme Netflix, Amazon Prime Video ou encore Disney+, la rédaction vous propose une sélection des films à voir à la télévision, en cette semaine du 6 au 12 avril 2020.

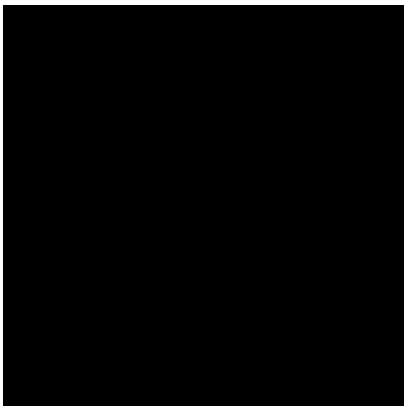
Que faire ce week-end du 10, 11, 12 et 13 avril 2020 chez soi, avec les enfants

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



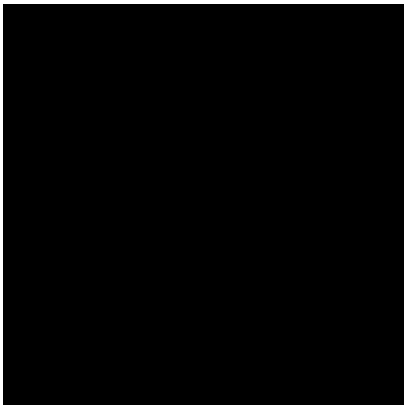
Coronavirus : que faire avec les enfants chez soi pendant les vacances de Pâques
Les vacances de Printemps ou vacances de Pâques tombent cette année du 4 au 19 avril 2020 en zone C ! Cette année, les vacances se passeront à domicile, on a sélectionné pour vous plein d'animations et d'activités pour enfants à découvrir chez vous. De quoi passer des moments agréables et pleins de découvertes en famille même pendant le confinement.



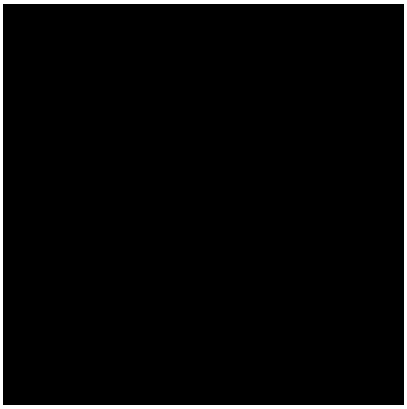
Confinement : Les chocolats de Pâques 2020 livrés chez vous
Même en confinement, on se régale avec les chocolats de Pâques 2020 des chocolatiers de Paris, disponibles en livraison !

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



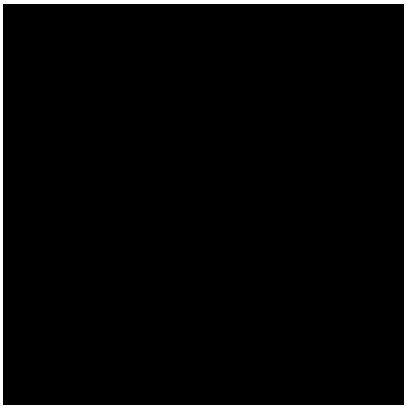
Coronavirus : Le top des sites d'activités ludiques et créatives pour les enfants à la maison
Pour que votre enfant ne s'ennuie pas une seule seconde à la maison, on vous a dégoté des sites d'activités ludiques, créatives et gratuites, à faire en famille !



Confinement : Faire du sport et de la méditation avec les enfants, à la maison
En cette période de confinement, les enfants rêvent d'aller courir dehors mais c'est compliqué. Heureusement, il est possible de faire du sport à la maison ! Allez, on vous partage quelques bons plans pour faire du sport et de la méditation avec les enfants, à la maison.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Coronavirus : revivez la magie de Disneyland Paris depuis chez vous
Malgré le Coronavirus, les enfants et leurs parents vont pouvoir s'émerveiller devant la magie de Disneyland Paris depuis chez eux... Et pour cause, le parc d'attractions parisien les invite à découvrir ses parades et spectacles sur les réseaux sociaux ! Le meilleur moyen de patienter et de profiter de l'ambiance du resort avant de pouvoir se rendre sur place.

Référencez votre événement, votre établissement, ou « Boostez » votre publication en cliquant ici.
Captivez de nouveaux clients grâce à l'offre média sur les sorties la plus efficace à Paris, cliquez ici.

Informations pratiques
Horaires
Du 10 avril 2020 au 13 avril 2020

Lieu
Paris
Paris
75 Paris

Âge recommandé
Tout public

Tous droits réservés à l'éditeur

CORONAVIRUS

Durant la crise, Vitisphere vous offre l'accès à tous ses contenus numériques

+ d'Infos

Adaptées au confinement

Les chaînes de cavistes réouvrent leurs enseignes et voient exploser leurs ventes en ligne

Jeudi 09 avril 2020 par Alexandre Abellan



Ayant adopté un plan de sécurité de leurs points de vente de proximité, des réseaux de cavistes français comme Nicolas et le Repaire de Bacchus rouvrent avec une logique de zéro contact et une dynamique inédite sur leur activité e-commerce.

Information : En poursuivant votre navigation vous acceptez l'utilisation de cookies afin de nous permettre d'améliorer votre expérience utilisateur. J'ACCEPTE EN SAVOIR PLUS

Ce contenu **Les chaînes de cavistes réouvrent leurs enseignes et voient exploser leurs ventes en ligne** est réservé aux abonnés payants Vitisphere et La Vigne. Pour y accéder :

ABONNEMENT LA VIGNE **Vitisphere**

Si vous êtes abonné LA VIGNE Vitisphere

SE CONNECTER

Solidarité covid-19

Consultez gratuitement l'ensemble des contenus de Vitisphere durant la période de confinement

- 100 % de l'actualité de la filière
- La météo professionnelle locale
- L'annuaire des professionnels viti-vinicole
- La reception des deux newsletters hebdonamdaires

JE M'INSCRIS

Si vous n'êtes pas abonné, vous pouvez profiter de l'intégralité des contenus du site en vous abonnant à l'offre Vitisphere La Vigne 100% numérique (formule web)

- 100 % des contenus du site avec accès aux archives du magazine La Vigne
- La météo professionnelle et locale
- L'annuaire des professionnels viti-vinicole
- La reception des deux newsletters par semaine, version intégrale «la lettre du Vigneron», «la lettre de la filière»
- L'application de lecture "La Vigne Kiosque"

JE M'ABONNE

Où vous pouvez profiter de l'intégralité des contenus du site en vous abonnant à l'offre La Vigne Vitisphere Intégrale (formule papier + web)

- 11 numéros
- 1 guide hors série
- 100 % des contenus du site
- La météo professionnelle et locale
- L'annuaire des professionnels viti-vinicole
- La reception des deux newsletters par semaine, version intégrale «la lettre du Vigneron», «la lettre de la filière»
- L'application de lecture "La Vigne Kiosque"

Information : En poursuivant votre navigation vous acceptez l'utilisation de cookies afin de nous permettre d'améliorer votre expérience utilisateur.
J'ACCEPTE
EN SAVOIR PLUS

LA MONTAGNE
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 178584



Date : 09 avril 2020
Journaliste : Matthieu Perrinaud

LE FAIT DU JOUR

Nicolas, Comtesse du Barry et De Neuville se réinventent à Vichy

Un commerce ouvert en plein cœur de Vichy ? Une rareté. Mais aussi l'impression de faire œuvre d'utilité publique pour Savour Histoires de gourmets, une enseigne qui regroupe la marque Nicolas pour les vins, Comtesse du Barry pour l'épicerie fine et De Neuville pour les chocolats.

La boutique, inaugurée en décembre 2018, a bien fermé, comme l'immense majorité des autres, aux premières heures du confinement, pour protéger ses équipes. « Mais au bout de quinze jours, étant classé dans les achats de première nécessité, nous avons eu l'opportunité de rouvrir », explique Franck



SERVICE. L'enseigne vichyssoise a décidé de rouvrir. ARCHIVE STÉPHANIE FERRER

Tous droits réservés à l'éditeur

LA MONTAGNE
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 178584

Date : 09 avril 2020
Journaliste : Matthieu Perrinaud

Bœuf, responsable de l'enseigne vichyssoise.

Les deux employés, Denis et Mélanie, sous le statut de gérants mandataires non salariés, et donc rémunérés au chiffre d'affaires, n'ont pas hésité, dans la mesure où leur protection était garantie. « Nous avons mis en place un plan de sécurité, pour limiter un maximum les contacts, avec des masques, du gel, et une zone de parcours dans la boutique pour les clients », poursuit Franck Bœuf.

Évidemment, l'heure n'est pas à l'affluence. Alors la boutique s'est adaptée. En modifiant ses horaires d'abord, de 9 à 16 heures non-stop. « Les clients sont souvent respectueux du confinement, et ceux qui se déplacent le font plutôt le matin. » Les autres peuvent commander et bénéficier d'un service de « drive », ou même se faire livrer. Dernière innovation, la possibilité, depuis hier, de passer commande par téléphone, et de finaliser le paiement par mail.

En ce moment, le chocolat tire logiquement son épingle du jeu, même si vins et champagnes ne sont pas en reste. Autant de produits à retrouver, d'ailleurs, dans des paniers garnis, histoire d'apporter « un petit côté festif » au confinement. ■

Matthieu Perrinaud

Tous droits réservés à l'éditeur

En direct : Le point sur la situation à Paris et en Île de France

CORONAVIRUS : LA SITUATION À PARIS ET EN ÎLE-DE-FRANCE, JEUDI 9 AVRIL

Partager Tweeter Épingle Partager

Par My B., Alexandre G. · Photos par My B. · Publié le 9 avril 2020 à 14h50 · Mis à jour le 9 avril 2020 à 16h00

Découvrez les dernières informations concernant la situation sur l'épidémie de coronavirus à Paris et en Ile-de-France ce jeudi 9 avril. Courses, transports, mesures, découvrez les dernières nouvelles. On dénombre ce jour 2681 personnes en réanimation en Ile-de-France. Les activités sportives sont désormais interdites en journée dans plusieurs départements d'Ile-de-France. Une allocution du Président est prévue ce lundi.

Ce **jeudi 9 avril**, le **virus Covid-19** touche **1.496.055 cas** confirmés et a fait au total **89.733 morts dans le monde**.

En France, selon le dernier bilan communiqué par les autorités sanitaires concernant la pandémie de **COVID-19**, on recense **10.869 morts au total** (**7.632** décès en hôpital et **3237** dans les centres médico-sociaux comme les **Ehpad**). On compte ce mercredi 8 avril, **541 décès** en hôpital en 24 heures.

Suite à un problème de connexion, il n'y a pas de remontée des centres médico-sociaux ce jour, le nombre de décès ne prend donc pas en compte le nombre de morts en Ehpad.

On comptabilise **7.148 personnes en soins intensifs en réanimation**. Le nombre de cas graves passé en réanimation ce jour est de 482 personnes soit **17** de plus en 24h en tenant compte des départs, un chiffre à suivre pour rendre compte réellement de l'évolution de la pandémie. On recense actuellement **30.375** personnes hospitalisées.

C'est la **région Ile-de-France** qui est le plus sévèrement touché par l'épidémie à l'heure actuelle. On compte ce mercredi 8 avril **2877 décès** dans les hôpitaux de la région, + 228 mort ces dernières 24h. Actuellement, **2.681** personnes sont en réanimation.

Après Carrefour sur Uber Eats, il est désormais possible de faire ses courses **Monoprix sur Deliveroo**, et de se les faire livrer à domicile.

En pleine période de pandémie due au coronavirus, les autorités sanitaires sont toujours à la recherche de solutions alternatives pour désengorger les hôpitaux de Paris, surmenés depuis le début de la crise sanitaire. Le stade Georges-Carpentier du 13e arrondissement, par exemple, se voit transformé en **station de désinfection** pour les ambulances de la Protection civile.

Le Chef de l'Etat, **Emmanuel Macron,** prendra de nouveau la parole face aux français, **ce lundi 13 avril 2020 à 20h**. Il s'agira de la quatrième allocution du Président de la République à la télévision depuis le début de cette crise sanitaire en France. Il devrait se prononcer sur la prolongation du confinement et les décisions du gouvernement.

La Maire de Paris, **Anne Hidalgo**, a adressé dans une lettre au Premier Ministre avec ses recommandations concernant la sortie du confinement. D'après les informations du Monde, elle préconiserait ,entre autres, un dépistage massif chez les jeunes Parisiens, de la crèche au lycée. Découvrez ses recommandations.

En pleine période de confinement, certains restaurants de Paris continuent de proposer la livraison à domicile. **Voici une liste de restaurants** italiens, healthy, asiatiques et autres, pour vous aider à tenir pendant cette période difficile. Et une grosse pensée pour les livreurs.

Ce mercredi 8 avril 2020, les ministre de l'Agriculture **Didier Guillaume** et de l'Economie **Bruno Le Maire** rassurent les Français sur **les risques de pénurie dans l'alimentaire**.

Après Paris, **la Seine-et-Marne, les Yvelines, les Hauts-de-Seine, le Val-de-Marne et le Val-d'Oise interdisent à leur tour la pratique d'activités sportives** de 10h à 19h, en cette période de confinement.

Région Ile-de-France a annoncé renforcer le plan de soutien mis en place pour le département de Seine-Saint-Denis, beaucoup plus touché que les autres. **Découvrez les détails du plan renforcé**.

La Mairie de Paris et la Préfecture **interdisent la pratique sportive de 10h à 19h** dans la capitale à compter du mercredi 8 avril.

Anne Hidalgo déclare que **2 millions de masques** en tissu lavables et réutilisables "**seront offerts aux Parisiens et aux Parisiennes**". Ils seront fabriqués par des entreprises locales et seraient disponibles d'ici quelques jours. **La ville de Sceaux** a décrété le port du masque obligatoire pour toute sortie dérogatoire.

Malgré le confinement, le Vendredi Saint sera bel et bien célébré dans la cathédrale **Notre-Dame de Paris**, en comité très restreint.

Le ministre de l'Intérieur **Christophe Castaner** a demandé aux préfets d'examiner, en lien étroit avec les municipalités et au cas par cas, la nécessité de durcir les mesures de confinement dans les territoires où des signes de laisser-aller se feraient jour et où ces règles viendraient à être contournées.

Olivier Véran précise ce matin sur RMC : "*Nous ne sommes pas au pic épidémique, nous sommes encore en phase d'aggravation*""*Les efforts que nous faisons sont en train de payer*". Concernant le confinement, il déclare "*le confinement durera aussi longtemps qu'il sera nécessaire qu'il dure*". Il y aura peut-être une intervention du Président dans le semaine concernant le prolongement du confinement.

Lors du point épidémique de ce lundi soir, Olivier Véran précise que "***nous ne sommes pas au bout de l'ascension épidémique***" et que les français doivent absolument **continuer à consulter** pour leurs **maladies chroniques** et leurs **suivis médicaux** comme les vaccins pour enfants et grossesses.

Après une vingtaine de jours de confinement en France, même si on n'y est pas encore, les **différent scénarios de déconfinement** sont à l'étude. Parmi les hypothèses se trouve celle d'un **déconfinement par tranche d'âge** : les plus jeunes, moins vulnérables seraient ainsi les premiers à pouvoir sortir de nouveau.

Plus que jamais, il faut être vigilant sur les **violences conjugales**. Un nouveau numéro est mis en place (le 08 019 019 11) et **de nombreuses solutions existent**.

Depuis la mise en place du confinement en France, de nombreuses enseignes ont fermé leurs portes. Aujourd'hui, plusieurs d'entre elles ont décidé de reprendre leurs activités sous différentes formes, comme le Drive et la livraison sans contact. Interflora, Nicolas ou encore Pizza Hut, Leroy Merlin et KFC… **on fait le point sur ces enseignes qui rouvrent**.

Dans un contexte de crise sanitaire sans précédent, la France cherche par tous les moyens à augmenter sa fréquence de tests. Une entreprise de biotechnologie commercialise à partir du lundi 6 avril 2020 un **nouveau test de dépistage du Covid-19**, approuvé par l'Institut Pasteur.

Face à la crise sanitaire et au nombre grandissant de personnes infectées par le coronavirus, laFédération française de Tennis a annoncé qu'elle mettait à disposition de l'AP-HP (Assistance-Publique – Hôpitaux de Paris) une partie de son centre d'entraînement, situé dans le 16ème arrondissement à Paris, afin d'héberger des patients atteints du Covid-19, guéris mais encore contagieux.

L'attestation dérogatoire via smartphone est désormais valide pour tout déplacement obligatoire.

La Préfecture de Police appelle les parisiens à respecter les règles du confinement. "**Pas de relâchement**" déclare-t-elle à travers son compte twitter.

Pour lutter contre la propagation du coronavirus en île-de-France, **la région ouvre six centres de "desserrement"**. Ces lieux sont destinés aux personnes testées positives au covid-19, en situation de grande précarité, mais ne nécessitant pas d'hospitalisation.

Les autorités recommandent désormais le **port de masque pour tout le monde**, de préférence maison pour laisser les masques FFP2 et chirurgicaux au personnel soignant. Découvrez des **tutos pour les confectionner**.

La Mairie de Paris a annoncé que dès lundi 6 avril 2020, **les enfants des personnels salariés dans les commerces alimentaires** seraient **accueillis gratuitement** dans les **crèches et centres de loisirs**, pour soulager les familles sur le front dans la lutte contre le Coronavirus.

Jean-Michel Blanquer a répondu en direct ce samedi à un certain nombre de questions que se posent les parents et enseignants. Retrouvez **les réponses données par le ministre de l'Education**.

Olivier Véran, ministre de la Santé, s'est exprimé ce samedi en compagnie de **Sophie Cluzel**, secrétaire d'Etat, sur **la situation des handicapés**. Prise en charge, mesures, adaptation des soins et aides aux proches de personnes handicapés ont été les sujets soulevés lors de cet allocution.

Dans le but de soutenir les personnels de santé, les entreprises ou encore les lycéens, la Région Île-de-France annonce ce **vendredi 3 avril 2020** les **grandes lignes de son dispositif d'aides** à destination des acteurs les plus touchés par l'épidémie de coronavirus. Assouplissement des délais de paiement, déblocage de fonds d'urgence, on fait le point sur les principales mesures validées.

Ce vendredi 3 avril, le **préfet de Police Didier Lallement** s'est excusé publiquement après ses propos polémiques sur les personnes en réanimation, coupables selon lui de ne pas avoir "*respecté le confinement*". Le fonctionnaire a dit "*regretter*" ses paroles, tout en précisant qu'il "continuerait sa mission".

Le Ministre de l'Éducation Nationale, **Jean-Michel Blanquer**, s'est exprimé ce vendredi 3 avril 2020 à la télévision lors d'une conférence de presse numérique. Une allocution qui apporte des précisions sur le déroulé du bac et du brevet des collèges qui passent tous les deux en contrôle continu. **Découvrez les modalités**.

Attention, **on ne part pas en vacances** a prévenu le ministre de l'intérieur. Près de 60000 gendarmes sont mobilisés pour empêcher les départs en vacances. En Ile-de-France, 7 escadrons d'une centaine d'hommes de la gendarmerie mobile et 3 hélicoptères sont mobilisés en renfort.

La nouvelle plateforme **MobilisationEmploi** vient d'être lancée pour soutenir l'emploi français. Les demandeurs d'emploi et les salariés en activité partielle peuvent, via cette plateforme, se porter volontaires dans plusieurs secteurs essentiels à l'activité économique.

Le Premier Ministre, **Édouard Philippe**, était ce jeudi, l'invité d'une émission spéciale intitulée "**Le Premier ministre face à la crise**". Découvrez ce qu'il faut en retenir.

Une **nouvelle attestation pour smartphone** sera disponible dès le 6 avril.

Pour combattre l'ennui qui nous gagne pendant le confinement, la Mairie de Paris a décidé d'ouvrir **ses bibliothèques numériques** aux Parisiens, c'est-à-dire à ceux qui vivent, travaillent ou étudient à Paris.

Patrick Devedjian, président des Hauts-de-Seine et ancien ministre, est la première personnalité politique française à décéder du Covid-19 dans la nuit du samedi 28 au dimanche 29 mars 2020. Les altoséquanais lui rendent un dernier **hommage sur internet**.

Emmanuel Macron a diffusé ce jeudi 2 avril 2020 une vidéo adressée au **autistes** dans laquelle il annonce un aménagement du confinement ainsi qu'une nouvelle attestation de déplacement pour ces personnes qui ont besoin de repères.

Quand et comment se déroulera le déconfinement en France ? C'est la question que tout le monde se pose alors que le confinement doit se prolonger, au moins, jusqu'au 15 avril 2020. Auditionné lors d'une mission d'information de l'Assemblée nationale, le Premier Ministre Edouard Philippe a confié que la fin du confinement ne se fera probablement pas "en une fois, partout et pour tout le monde".

La **Maire de Paris** fait son **point sur la situation ce mercredi 1er avril 2020**. Découvrez les dernières recommandations et mesures prises par la ville de Paris concernant le nettoyage, les **violences conjugales**, les déplacements en Vélib' et l'entraide.

À **Paris**, comme dans les autres grandes villes mondiales, les agents de propreté, de sécurité ou encore le personnel dédiés aux enfants des soignants continuent de travailler, malgré la crise sanitaire actuelle. Pour leur engagement, la Ville de Paris souhaite leur verser **une prime de 35 euros nets par jour**.

Valérie Pécresse alerte sur l'arrêt presque total des chantiers de transport, ce qui peut avoir un impact sur les JO 2024 : *"Un ou deux mois d'arrêt peut impliquer plus d'une année de retard in fine. (...) Si on rate une fenêtre de tir pour installer un ouvrage d'art, on perd le créneau, on doit reporter les travaux à l'année suivante"*, a-t-elle indiqué.

Alors que l'ensemble de la France est confinée, à Paris **l'entraide de proximité** se développe. Des gestes solidaires s'organisent ainsi au sein des immeubles et des quartiers pendant l'épidémie de coronavirus. Notez qu'en cas de **violences faites aux femmes**, le **114** est désormais disponible en SMS depuis ce mercredi.

De nombreuses **villes d'Ile-de-France ont commencé à désinfecter** leurs rues et leur mobilier urbain, afin de tenter d'endiguer la propagation du Coronavirus.

Suite à la période de confinement mise en place par le gouvernement dans le pays et un trafic fortement réduit, la SNCF annonce un **remboursement des abonnements d'avril**.

Alors que le trafic RATP est fortement réduit suite à la mise en place du confinement, le Syndicat Autolib' Vélib' Métropole annonce **la gratuité des Vélib'** « pour les déplacements autorisés » et les « trajets de moins d'une heure ». Ce geste commercial sera mis en place jusqu'à la fin de la période du confinement.

En cette période de confinement, la Ville de Paris, la Préfecture de police, le Tribunal judiciaire de Paris et les associations restent entièrement mobilisés dans la lutte contre les **violences conjugales**.

Pour lutter au mieux contre le coronavirus en France, la Préfecture de Police de Paris interdit, à compter du 31 mars, l'accès de certaines zones des bois de Vincennes et de Boulogne à toute personne, y compris aux riverains.

L'Agence Régionale de Santé (ARS) a annoncé l'ouverture de **centres de consultations ambulatoires** dans toutes les régions de France, dans l'optique de permettre de désengorger les hôpitaux et autres cabinets médicaux, mais également de mieux orienter les patients atteints du COVID-19. Une mesure nécessaire et bienvenue en Ile-de-France, deuxième plus gros foyer épidémique du pays.

Jean-Michel Blanquer, ministre de l'Education, a annoncé le maintien des vacances scolaires de printemps comme d'été sans travail supplémentaire durant les vacances mais du soutien pour les volontaires. Côté bac, celui-ci indique sur Europe 1 qu'une "dose de contrôle continu" serait introduite et qu'il n'excluait pas l'idée d'**un bac 100% en contrôle continu**.

L'amende confinement est de nouveau réévaluée et passe ce dimanche de 135€ à **200€** en cas de récidive dans les 15 jours et peut aller jusqu'à 3750€ et 6 mois de prison pour les multirécidivistes. D'autres fonctionnaires peuvent désormais dresser ces contraventions en plus des policiers et gendarmes.

La Présidente de la Région île de France, **Valérie Pécresse**, annonce le « remboursement intégral du **Pass Navigo**, mais aussi du Navigo senior et de la carte Imagin'R, à tous les abonnés, pour le mois d'avril.

Dès ce **vendredi 27 mars soir,** la **Tour Eiffel rendra hommage à tous les personnes mobilisées** face à la pandémie de Covid-19 : aux personnels soignants, aux policiers, aux gendarmes, aux pompiers, aux agents de la Ville de Paris, aux secouristes, aux ambulanciers, aux soldats, aux caissières et caissiers, aux éboueurs, aux commerçants, aux livreurs, aux volontaires, aux aidants, aux associations, et aux Parisiens et Parisiennes qui en restant confinés, sauvent aussi des vies.

La Mairie de Paris fait à nouveau 7e point sur la situation. Outre les remerciements à ceux qui respectent les consignes, à ceux qui assurent le fonctionnement et la survie des habitants, la mairie appelle à la solidarité de tous les Parisiens et Parisiennes pour faciliter le ramassage des poubelles et

l'entretien des voies. Un appel est aussi lancé aux volontaires pour l'aide aux sans-abris et aux **personnes isolées**. Découvrez comment **apporter votre aide durant le confinement**.

Ce mercredi 25 mars, **25 ordonnances** ont été prises par le Conseil des Ministres concernant le soutien aux entreprises, la protection des plus vulnérables, le droit au travail et la justice. Découvrez au fur et à mesure le contenu de ces ordonnances.

Ce lundi, la maire de **Puteaux** (Hauts-de-Seine), Joëlle Ceccaldi-Raynaud, a annoncé l'instauration d'un **couvre-feu de 22h30 à 5 heures** pour lutter contre la propagation du coronavirus. Idem à **Asnières**, le maire Manuel Aeschlimann a décrété un **couvre-feu** de 22h à 5 heures du matin. Ce qui porte à 3 les villes ayant instauré un couvre-feu avec **Colombes** qui l'a mis en vigueur ce samedi de 22h à 5 heures du matin. Mais entre temps, depuis l'instauration de l'Etat d'Urgence, c'est au **préfet** et non aux maires de prendre la décision d'un **couvre-feu**. Ce dernier n'envisage pas de prendre une telle mesure pour l'ensemble du 92.

En **France**, on est actuellement au **stade 3 de l'épidémie**. Le **confinement** est pour le moment prévu jusqu'au 15 avril.

Les informations utiles sont à retrouver sur le site https://www.gouvernement.fr/info-coronavirus.

Sortiraparis.com
Coronavirus : les recommandations sanitaires
SOUNDCLOUD
Share
0:00
1:23
169K
Cookie policy

Les dernières informations :

Coronavirus : la Protection Civile désinfecte ses ambulances au stade Carpentier
En pleine période de pandémie due au coronavirus, les autorités sanitaires sont toujours à la recherche de solutions alternatives pour désengorger les hôpitaux de Paris, surmenés depuis le début de la crise sanitaire. Le stade Georges-Carpentier du 13e arrondissement, par exemple, se voit transformé en station de désinfection pour les ambulances de la Protection civile.

Confinement : Monoprix disponible en livraison sur Deliveroo
Après Carrefour sur Uber Eats, il est désormais possible de faire ses courses Monoprix sur Deliveroo, et de se les faire livrer à domicile.

Coronavirus : Netflix crée un fonds d'aide pour les intermittents
Pour venir en aide aux artistes et techniciens intermittents de l'audiovisuel qui se retrouvent sans travail avec le confinement, Netflix et Audiens ont créé un fonds d'aide d'urgence d'un million d'euros.

Coronavirus : vers une pénurie de médicaments en France ?
Doit-on se préparer à une pénurie de médicaments en France ? Dans une interview pour le Figaro, publiée le 7 avril, l'Agence nationale de sécurité du médicament a confié ne disposer que d'une "quinzaine de jours" de visibilité sur certains produits. On fait le point sur la situation.

Coronavirus : le ministre de la Culture crée une cellule d'accompagnement des festivals 2020
Face à la crise sanitaire et aux nombreuses mesures mises en place par le gouvernement pour freiner l'épidémie de coronavirus, les incertitudes sur la tenue des festivals cet été se multiplient. Aussi, Franck Riester, ministre de la Culture, souhaite apporter un accompagnement au cas par cas aux organisateurs en lançant une cellule d'accompagnement des festivals 2020.

Coronavirus : Un nouveau centre de dépistage dans le 5e arrondissement
Un nouveau centre de dépistage ouvre ses portes à Paris, dans le 5e arrondissement. Il est réservé aux personnes symptomatiques, présentant un facteur de risque et munies d'une ordonnance.

En direct : Le point sur la situation à Paris et en Île de France

FNAC-DARTY ET BOULANGER : LE SECTEUR DE L'HIGH-TECH ET DE LA CULTURE SE MET AU DRIVE

Partager Tweeter Épingle Partager

Par Caroline J. · Publié le 9 avril 2020 à 08h58 · Mis à jour le 9 avril 2020 à 09h01

Alors que certaines enseignes de restauration et de bricolage ont annoncé la reprise partielle de leur activité en cette période de confinement, des acteurs du secteur de l'high-tech et de la culture, comme le groupe Fnac-Darty et Boulanger, font eux aussi leur retour via le Drive et le retrait sans contact.

Cette semaine | Ce week-end | Bons plans | Podcasts

Alors que le **confinement** est en place dans le pays depuis le 17 mars dernier, certains français commencent sérieusement à ressentir le manque de certains produits et de services. **Coiffeurs**,

fleuristes, garagistes, librairies ou encore boutiques de high-tech… les secteurs impactés par les mesures de confinement et la **crise sanitaire** sont nombreux.

Ces derniers jours, plusieurs secteurs ont décidé de reprendre partiellement leur activité. **Pizza Hut, Dominos' Pizza, Nicolas ou encore Interflora et Castorama** assurent de nouveau une partie de leurs services via notamment la **livraison sans contact** et le **Drive**.

D'autres secteurs, comme celui de l'**high-tech** et de la **culture**, annoncent aussi leur reprise partielle d'activité grâce notamment au **service de livraison sans contact**, mais pas seulement... **Le Parisien** révèle ainsi que certaines enseignes comme **Fnac**, **Darty** et **Boulanger** s'apprêtent à lancer un système de **Drive**.

« *Il s'agit de click & collect sans contact : on commande sur le site et on peut venir récupérer le produit devant le magasin le lendemain, uniquement le matin* », a ainsi confié **Benoit Jaubert**, directeur exploitation du Groupe Fnac-Darty à nos confrères du **Parisien**.

Pour le moment, ce dispositif est testé dans plusieurs boutiques du groupe et pourrait être élargi à plusieurs autres magasins dans une quinzaine de jours en cas de réussite.

À lire aussi

ConfinementLecture.com : le site internet de l'édition numérique
Coronavirus : la situation à Paris et en Île-de-France ce jeudi 9 avril
Coronavirus : les consignes et recommandations sanitaires à Paris
Coronavirus : la situation en France ce jeudi 9 avril

« *L'idée est de pouvoir répondre à des besoins urgents. On veut aussi préparer l'avenir, l'après-confinement, où ce mode de délivrance aura toute sa place alors que la distanciation sociale sera certainement encore prônée* », a ajouté **Benoît Jaubert**.

Toujours selon **Le Parisien**, Darty proposera ce dispositif dans une trentaine de ses magasins à compter du 7 avril, et la Fnac dans une vingtaine de ses points de vente, d'ici la fin de semaine.

De son côté, **Boulanger** annonce, via un communiqué, l'ouverture de **80 Drives Piétons et Parking sans contact** partout en France. Disponible depuis le 6 avril, ce nouveau dispositif permet aux clients de **commander et de retirer des produits d'équipement de première nécessité** en toute sérénité. Au préalable, les clients devront se rendre sur le site **boulanger.com** pour découvrir les produits proposés à la vente.

« *En cette période difficile et exceptionnelle, nous pouvons et nous devons répondre aux besoins indispensables de la vie quotidienne des Français en permettant à chacun de maintenir l'équipement de sa maison, de rester connecté avec ses proches, d'avoir le matériel nécessaire au télétravail, de se divertir, de cuisiner. L'ouverture des ces Drives sans contact offre une solution sûre, pratique et très rapide pour s'équiper* » a déclaré **Daniel Broche**, Directeur Client chez **Boulanger**.

L'enseigne précise qu'aucun contact physique n'a lieu entre les équipes Boulanger et les clients. Quand aux **collaborateurs volontaires**, ils sont tous équipés de gants, de masques et de gel hydroalcoolique, respectant de façon la plus stricte les gestes barrières.

Référencez votre événement, votre établissement, ou « Boostez » votre publication en cliquant ici. Captivez de nouveaux clients grâce à l'offre média sur les sorties la plus efficace à Paris, cliquez ici.

INFORMATIONS PRATIQUES

Mots-clé : culture, fnac, high tech, boulanger, Drive, coronavirus, confinement, livraison sans contact, retrait sans contact, Darty, Secteur high tech, secteur culture, click collect sans contact, Benoit Jaubert, Drives Piétons, Drive Parking sans contact

À LIRE AUSSI...

Coronavirus : Interflora, Nicolas, Leroy Merlin, KFC... l'activité reprend pour plusieurs enseignes

Coronavirus : Les enseignes de bricolage se mettent au "drive"

COMMENTAIRES

0 commentaires

Trier par **Les plus anciens**

Ajouter un commentaire...

plugin Commentaires Facebook

ELLE

Date : 09/04/2020
Heure : 18:54:32
Journaliste : Margot Ruyter

www.elle.fr
Pays : France
Dynamisme : 19

Visualiser l'article

Confinement : des enseignes rouvrent partiellement



Image d'illustration © shironosov/iStock

Malgré l'annonce du prolongement du confinement par Emmanuel Macron hier, plusieurs magasins sont de nouveaux accessibles. Les salariés, rémunérés, y retravaillent sur la base du volontariat.

Emmanuel Macron annoncera la nouvelle date supposée de la fin du confinement lundi 13 avril. Pourtant, face à la crise économique qui les guettent, de nombreuses enseignes ont décidé de rouvrir leurs portes aux clients, en renforçant les mesures de protection, indique « France info » . Ces enseignes doivent respecter des conditions barrières revues à la hausse. Les parties communes doivent faire l'objet d'un nettoyage régulier, les employés ne doivent avoir aucun contact avec les clients et leur protection doit être assurée par l'employeur . Parmi les enseignes qui ont fait le choix de rouvrir, restauration rapide, vente d'alcool, magasins de bricolages ou encore fleuristes. Les salariés doivent être volontaires et, bien évidemment rémunérés.

La restauration rapide
La chaîne américaine McDonald's a ainsi rouvert quinze restaurants, rapporte « France info ». « Douze sont situés dans l'Ouest et trois en Île-de-France » a indiqué McDonald's France. Cependant, dans le respect du non contact entre les clients et le personnel, ces restaurants ne sont autorisés qu'à pratiquer la vente

Tous droits réservés à l'éditeur

à emporter et les livraisons. La chaîne de restauration rapide KFC ne permet, dans ses magasins ouverts, que le retrait des commandes, et ce sans contact avec le client. De même, des restaurants de la chaîne de pizzerias Pizza Hut ont rouverts, avec des ventes « 100% sans contact ». « La protection la plus efficace contre le virus étant la distance, nous préférons limiter les risques de contacts », a annoncé la marque. Lors de la livraison, le livreur dépose la commande, sans la donner en main propre au client.

La chaîne de cavistes Nicolas expérimente un nouveau « plan de sécurité » et rouvre certaines boutiques depuis le 2 avril. « Afin de protéger au mieux les clients et les collaborateurs », l'enseigne ne permet qu'un client à la fois en boutique. Il y a « interdiction pour le client de toucher les bouteilles, de se promener dans les rayons ou d'être à moins d'un mètre du vendeur », a-t-elle communiqué .

Les commerces de proximité
Certains magasins de l'enseigne Leroy Merlin ont rouverts le 24 mars, mais pas au public. Le gouvernement a autorisé, dans un arrêté du 16 mars dernier, les « commerces de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres en magasin spécialisé ». Les achats en boutique Leroy Merlin ne sont pas disponibles. Les courses doivent être effectuées en ligne et sont à retirer sur l'un des parkings des 114 points de vente. Les enseignes Brico Dépôt, Castorama et Bricomarché livrent à domicile, sans contact direct avec le client.

Les magasins de fleurs Interflora ont également repris la vente, en livraison. « Aujourd'hui, on a beaucoup de demandes de clients qui veulent exprimer leur affection à des proches ou exprimer leur deuil, qui est une partie importante de l'activité, et donc nous avons décidé de rouvrir, avec la possibilité de livrer des fleurs », a déclaré le directeur du groupe MyFlower (détenteur d'Interflora), à « France info », mardi. Une manière pour ces groupes de continuer partiellement l'activité et d'atténuer les pertes financières.

Tous droits réservés à l'éditeur

Restauration rapide, magasins de bricolage, fleuristes... Plusieurs enseignes rouvrent une partie de leurs magasins malgré l'épidémie de coronavirus

Hamburger, fleurs ou encore outils : ces produits sont à nouveau en vente en période de confinement. Mais pour cela, vendeurs et clients doivent respecter les gestes barrières.



Un client se renseigne devant un magasin de bricolage à Paris, le 2 avril 2020. (PHILIPPE LOPEZ / AFP)

Commander une pizza, acheter un bouquet de fleurs ou encore un tournevis est à nouveau possible en temps de confinement . Si la lutte contre le Covid-19 impose de respecter des gestes barrières, elle n'empêche pas certaines enseignes de restauration, de fleurs ou de bricolage de rouvrir partiellement au public.

Mais les conditions de réouverture sont strictes : nettoyage régulier des parties communes, protection des salariés et aucun contact avec les clients. Les commerces de restauration rapide, de spiritueux, de bricolage ou encore de fleurs disent respecter ces consignes et affirment reprendre leurs activités en accord avec des salariés "volontaires" .

Le "100% sans contact" dans la restauration rapide

Depuis le 2 avril, quinze restaurants McDonald's sont partiellement ouverts, pour tester de nouvelles mesures sanitaires. "Douze sont situés dans l'Ouest et trois en Ile-de-France", précise la communication de Mc Donald's France à franceinfo. Ils sont uniquement habilités pour la vente à emporter et pour effectuer des livraisons à domicile. Aucune restauration sur place n'est possible.

La sécurité de nos équipiers et de nos clients est notre priorité numéro un. McDonald's France à franceinfo

Tous droits réservés à l'éditeur

Ces quinze restaurants testent grandeur nature des mesures établies après deux semaines de travail entre les équipes du siège de McDonald's France, un comité scientifique composé de médecins et de virologues et des salariés. Si cette première phase est concluante, une seconde phase, qui n'est pas encore datée, devrait permettre l'ouverture d'une trentaine d'autres restaurants. Pour l'instant, la direction ne se projette pas plus loin en termes de calendrier mais garde pour objectif "la réouverture plus largement, lorsque le moment sera venu".

Protéger les employés et les clients

C'est également le retour des livraisons à domicile pour certains restaurants de la chaîne Pizza Hut. Afin de protéger au maximum ses collaborateurs et ses clients, le groupe Pizza Hut a décidé d'effectuer uniquement des ventes "100% sans contact" depuis le début du mois d'avril. "La protection la plus efficace contre le virus étant la distance, nous préférons limiter les risques de contacts", explique la marque sur la page d'accueil de son site internet. Pour cela, le livreur dépose la commande à l'endroit indiqué par le client et ne repart qu'une fois celle-ci récupérée.

Les mesures sanitaires sont également renforcées pour les restaurants du groupe KFC. Ce dernier indique, sur son site, nettoyer les surfaces de préparation toutes les 30 minutes et dit avoir imposé une "distance sanitaire" entre ses employés, qui se lavent les mains également toutes les 30 minutes. Ces différentes enseignes de restauration rapide ont mis en place un seul point de retrait par établissement ouvert. Leurs salles de restaurant sont en revanche toujours fermées.

Chez Nicolas, c'est un client à la fois

Du côté des cavistes, autorisés à rester ouverts depuis le début du confinement, l'enseigne Nicolas "avait décidé de fermer chacun de ses magasins et de poursuivre uniquement son service de livraison en ligne", explique l'enseigne dans un communiqué repris par l'AFP. La direction de Nicolas a profité de cette période de fermeture pour mettre en place un "plan de sécurité", testé dans des magasins volontaires, "afin de protéger au mieux les clients et les collaborateurs". Depuis le 2 avril, le caviste rouvre progressivement ses 500 magasins.

Interdiction pour le client de toucher les bouteilles, de se promener dans les rayons ou d'être à moins d'un mètre du vendeur. la marque Nicolas dans un communiqué de presse

Autorisés à entrer un par un dans les boutiques, les clients sont invités à payer uniquement par carte bancaire.

Formule "drive" pour les magasins de bricolage

Au début de la phase de confinement, le gouvernement a classé les magasins de bricolage dans les "commerces non essentiels" . Mais depuis l 'arrêté du 16 mars , les "commerces de détail de matériaux de construction, quincaillerie, peintures et verres en magasin spécialisé", proposant du petit outillage et des produits de dépannage pour du bricolage d'appoint, peuvent rester ouverts.

Dans la foulée, Leroy Merlin a mis en place "un service d'urgence" via une boutique dédiée sur son site, où sont proposés des produits de première nécessité et de dépannage en électricité, plomberie ou encore de la quincaillerie, depuis le 24 mars. Les magasins étant toujours fermés, la marchandise commandée en ligne est à retirer sur l'un des parkings des 141 points de vente ouverts.

Tous droits réservés à l'éditeur

Le client attend à bord de son véhicule, le vendeur dépose la marchandise au pied du coffre. Une fois ce dernier éloigné, le client sort récupérer sa marchandise. Leroy Merlin sur le site leroymerlin.fr

Même principe de retrait pour les commandes passées sur les sites de Brico Dépôt et de Castorama, qui continuent aussi de livrer à domicile "depuis le début de la crise" . Une livraison réalisée sans contact, sans aucune remise de papier, le bon de livraison étant à l'intérieur du colis. Idem pour Bricomarché mais qui, pour l'instant, ne peut pas assurer la livraison vers la Bretagne, la Corse et Mulhouse.

Quant aux enseignes Mr Bricolage, le groupe a laissé le choix à ses franchisés d'ouvrir ou non. "Certains magasins ont pris la décision de rester fermés, d'autres proposent une permanence pour permettre aux clients de retirer leurs achats urgents commandés directement sur le site", précise le groupe sur son site internet.

La livraison des fleurs reprend

Quant aux fleurs, Interflora a décidé de reprendre partiellement la livraison, a expliqué Eric Ledroux, le directeur général du groupe MyFlower, mardi 7 avril sur franceinfo.

Aujourd'hui, on a beaucoup de demandes de clients qui veulent exprimer leur affection à des proches ou exprimer leur deuil, qui est une partie importante de l'activité, et donc nous avons décidé de rouvrir, avec la possibilité de livrer des fleurs. Eric Ledroux, groupe MyFlower à franceinfo

Depuis le début de la semaine, une quinzaine de fleuristes parisiens rattachés au réseau Interflora livrent à nouveau des fleurs à domicile à Paris. "C'est le fleuriste qui confectionne le bouquet et qui le livre lui-même" , détaille Eric Ledroux. Les livraisons devraient reprendre prochainement dans toute l'Ile-de-France puis dans tout le pays. Durant la période de confinement, les boutiques, elles, restent fermées.

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 09/04/2020
Heure : 16:14:25
Journaliste : Matthieu Perrinaud

www.lamontagne.fr
Pays : France
Dynamisme : 116

Visualiser l'article

L'enseigne Histoires de gourmets rouvre ses portes et se réinvente à Vichy

Un commerce ouvert en plein cœur de Vichy ? Une rareté. Mais aussi l'impression de faire œuvre d'utilité publique pour Savour Histoires de gourmets, une enseigne qui regroupe la marque Nicolas pour les vins, Comtesse du Barry pour l'épicerie fine et De Neuville pour les chocolats.

La boutique, inaugurée en décembre 2018, a bien fermé, comme l'immense majorité des autres, aux premières heures du confinement, pour protéger ses équipes. « Mais au bout de quinze jours, étant classé dans les achats de première nécessité, nous avons eu l'opportunité de rouvrir », explique Franck Bœuf, responsable de l'enseigne vichyssoise.

Les deux employés, Denis et Mélanie, sous le statut de gérants mandataires non salariés, et donc rémunérés au chiffre d'affaires, n'ont pas hésité, dans la mesure où leur protection était garantie.

« Nous avons mis en place un plan de sécurité, pour limiter un maximum les contacts, avec des masques, du gel, et une zone de parcours dans la boutique pour les clients »

Évidemment, l'heure n'est pas à l'affluence. Alors la boutique s'est adaptée. En modifiant ses horaires d'abord, de 9 à 16 heures non-stop. « Les clients sont souvent respectueux du confinement, et ceux qui se déplacent le font plutôt le matin. » Les autres peuvent commander et bénéficier d'un service de « drive », ou même se faire livrer. Dernière innovation, la possibilité, depuis hier, de passer commande par téléphone, et de finaliser le paiement par mail.

En ce moment, le chocolat tire logiquement son épingle du jeu, même si vins et champagnes ne sont pas en reste. Autant de produits à retrouver, d'ailleurs, dans des paniers garnis, histoire d'apporter « un petit côté festif » au confinement.

Visuel indisponible

0ydUIixwXoQS57EcMuhxnArGWkhmupLKaN5N2tA7gY5TrIJeRUzB7QCLkokBlcuxuyb4-NG32S4OBa6sVujZ-WCiyKIQVMDEi1dsRABOgVIOGVI

Tous droits réservés à l'éditeur

LIFESTYLE

Les enseignes qui reprennent du service pendant le confinement !

Source : Nixx Photography / Shutterstock.com

par **Andrianaivo Raoelijaona**
il y a environ 5 heures

Seuls les commerces de première nécessité ont pu ouvrir depuis le début du confinement. Fort heureusement, bon nombre d'enseignes reprennent peu à peu leurs activités pour satisfaire les besoins des clients. On fait le point sur ces magasins qui rouvrent partiellement via les commandes en ligne et la livraison à domicile.



Les enseignes de bricolage

Depuis le 24 mars 2020, **Leroy Merlin, Castorama** et **Brico Dépôt** ont repris du service en mettant en place un système de Drive. La commande et le paiement se font totalement en ligne. Il faut par la suite prévoir un rendez-vous après avoir récupéré le bon de commande sur son téléphone. Une fois sur le parking, il est nécessaire de rester dans sa voiture pendant que le responsable procède au dépôt du colis au pied du coffre du véhicule.

Pour l'heure, Castorama et Brico Dépôt se limitent aux PPN. Quant à Leroy Merlin, l'enseigne propose à la fois des articles de dépannage et plus de 6000 produits de première nécessité. À noter que le retrait sur le parking s'opère sous les 48 h et des collaborateurs volontaires sont sur les lieux du lundi au samedi de 8h à 15h.



Les enseignes de restauration

KFC et **MC Donald's** rouvrent actuellement quelques-uns de leurs restaurants pour procéder à une phase de test des bonnes pratiques sanitaires en collaboration avec des professionnels de la santé. À part la livraison à domicile sans contact, les enseignes misent également sur le système de Drive pour les commandes à emporter. L'objectif étant de se remettre en marche à l'échelle nationale.

Pizza Hut a annoncé le 31 mars que la chaîne de restauration propose uniquement la livraison à domicile sans contact. De son côté, **Domino's Pizza** offre également ce service et aussi, la commande à emporter.

Annonce



Organisez votre Team Building

Organisation de Séminaires d'entreprise en France et à l'Étranger. Plus de 50 destinations

Seminaire.com

DEVIS

Les caves Nicolas

L'enseigne Nicolas rouvre plusieurs de ses boutiques pour tester un « plan de sécurité » draconien. Voici les règles à respecter : Seul un client à la fois peut rentrer dans le magasin. C'est le caviste uniquement qui ouvre et ferme la porte de la boutique. Il est strictement interdit de toucher les bouteilles et de se déplacer dans les rayons. Seul le paiement par carte bancaire est approuvé. La distanciation sociale d'un mètre entre le client et le caviste est de rigueur.

L'enseigne Nicolas propose toujours la livraison à domicile et elle incite également ses clients à tester le Drive Piéton pour venir récupérer leurs bouteilles.

Les autres enseignes qui rouvrent progressivement

Les librairies continuent actuellement sa démarche pour convaincre le gouvernement de mettre les livres dans la catégorie « biens de première nécessité ». Quoi qu'il en soit, **Darty**, et par la suite la **Fnac**, mettra bientôt en place un système de Drive parking et piéton pour la commande et le retrait d'articles culturels et électroniques. Bien évidemment, tout le processus se fera dans le respect des règles sanitaires.

De son côté, **Interflora** rouvre progressivement ses boutiques afin de satisfaire les besoins des clients. L'enseigne explique que leur activité repose sur du volontariat dans le but de répondre entre autres aux demandes des personnes endeuillées.

Alerte Stream™

Client	OMNICOM PUBLIC RELATIONS
Contact	
Mot-clé	NICOLAS
Chaîne / Station	BFM BUSINESS
Diffusion	08/04/2020 - 08:37:00
Durée	00:01:48
Emission	GOOD MORNING BUSINESS
Présentateur	CHRISTOPHE JAKUBYSZYN
Rubrique	ECONOMIE-FINANCES



Ecouter / Regarder cette alerte

08:48:42
Commerce 2.0 - Anissa Sekkai. Après les enseignes de bricolage, d'autres magasins de la restauration rapide testent le service de drive et de livraison pour relancer leur activité. KFC, Pizza Hut, le caviste Nicolas, Leroy Merlin et Mc Donald's officialisent une phase de tests pour le drive et la livraison dans 15 restaurants en France. Le paiement sans contact est privilégié, les espèces ne sont plus acceptées. Il y a aussi Boulanger qui ouvre des drive dans 80 points de ventes, la Fnac et Darty testent aussi ce système depuis samedi dans une trentaine de magasins franchisés répartis en France.

Client	OMNICOM PUBLIC RELATIONS
Contact	
Mot-clé	NICOLAS
Chaîne / Station	BFM BUSINESS
Diffusion	08/04/2020 - 15:30:00
Durée	00:01:48
Emission	GOOD MORNING BUSINESS
Présentateur	CHRISTOPHE JAKUBYSZYN
Rubrique	ECONOMIE-FINANCES



Ecouter / Regarder cette alerte

15:48:53
Commerce 2.0 - Anissa Sekkai. Crise du coronavirus : le drive pour relancer l'activité, notamment les entreprises KFC, Pizza Hut, Nicolas (caviste), Leroy Merlin et McDonald's. Illustration avec le nouveau service Mc Donald's en test. 15:49:38 Le paiement sans contact est privilégié, les espèces ne sont plus acceptées. 15:49:57 La Fnac et Darty testent aussi le drive.

Client	OMNICOM PUBLIC RELATIONS
Contact	
Mot-clé	NICOLAS
Chaîne / Station	LCI
Diffusion	08/04/2020 - 12:00:00
Durée	00:02:12
Emission	LCI MIDI
Présentateur	HELENE LECOMTE
Rubrique	ECONOMIE-FINANCES



Ecouter / Regarder cette alerte

12:24:28
Invité : Dr Hervé Boissin, médecin généraliste. Chroniqueurs : Julien Arnaud, journaliste politique LCI ; Claire Fournier, journaliste économique LCI. Coronavirus et confinement : quelques commerces rouvrent leurs portes. 12:24:45 Reportage de Thierry Coiffier. Exemple des services drive des magasins de bricolage. Interview de Karine Gaudinière, directrice Leroy-Merlin Villeneuve-d'Ascq. Interview d'un client. 12:25:32 Boulanger dans l'électroménager teste aussi un dispositif de retrait de colis sans contact. Interview de Franco Sabella, directeur régional IDF Boulanger. 12:26:09 Interview de Thomas Terral, caviste gérant d'une boutique Nicolas à Paris.

Aujourd'hui en France
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 131359





Date : 07 avril 2020
Page de l'article : p.30-31
Journaliste : SYLVIE DE MACEDO AVEC ERWAN BENEZET

ÉCONOMIE

CRISE DU CORONAVIRUS

Ces magasins qui passent au drive

Alors que la France entame sa quatrième semaine de confinement, des enseignes s'organisent pour proposer davantage de services à leurs clients.

PAR SYLVIE DE MACEDO AVEC ERWAN BENEZET

VOUS AVEZ besoin d'essuie-glaces, des croquettes pour le chien ou d'une cafetière ? Alors que la France entame sa quatrième semaine de confinement, la plupart des enseignes se sont organisées pour ouvrir certains services. Beaucoup livrent évidemment à domicile, d'autres proposent le click and collect sans contact (le drive). Qui est ouvert ? Quels produits disponibles ? Comment acheter ? Nous faisons le point.

Boulanger et Fnac Darty ouvrent des drives

Depuis le début du confinement, les enseignes de biens culturels et high-tech ont toutes mis en place un service de livraison sans contact. Selon nos informations, Boulanger et Fnac Darty vont aussi lancer un service de drive. « Ce sera sans contact : on commande sur le site et on peut venir prendre le produit devant le magasin le lendemain, uniquement le matin », explique Benoit Jaubert, directeur exploitation du Groupe Fnac Darty. Après un test la semaine passée, Boulanger va déployer un service similaire dans la moitié de son réseau dans les prochains jours. Son concurrent Darty le proposera dans trente de ses magasins dès aujourd'hui et la Fnac dans vingt points de vente d'ici à la fin de la semaine. Si le test est concluant, ce dispositif sera élargi à une majorité de magasins du groupe dans une quinzaine de jours. « L'idée est de répondre à des besoins urgents, comme un nouveau réfrigérateur. On veut aussi préparer l'après-confinement, où ce mode de vente aura toute sa place alors que la distanciation sociale sera certainement encore prônée », assure Benoît Jaubert.

La vente de plants potagers autorisée

Pour ceux qui ont un jardin, il sera bientôt possible d'acheter des plants potagers dans les enseignes de jardinerie. Le gouvernement vient d'autoriser la vente de ces articles considérés comme des produits essentiels. « On réfléchit à comment organiser nos points de vente. Faut-il ouvrir ce rayon ? Créer un espace à l'extérieur ? » précise le porte-parole de Jardiland. En effet, les jardineries ne pouvaient vendre que les produits d'alimentation et d'hygiène animaliers. Truffaut a fermé ses magasins et vend ces produits en ligne. Gamm vert ou Jardiland ont gardé une partie de leur réseau ouvert mais seuls les rayons pour animaux sont accessibles. Pour les autres articles, Gamm vert livre et Jardiland assure le click and collect.

McDo, KFC et Pizza Hut testent le drive et la livraison

De grandes chaînes de restauration s'organisent pour proposer de la livraison sans contact et/ou du drive. C'est le cas de McDonald's, qui prépare la réouverture de ce service dans une trentaine de ses restaurants. Alors que des salariés ont fait part de leurs vives inquiétudes, l'enseigne teste actuellement dans douze restaurants de l'ouest de la France et dans trois en Ile-de-France un renforcement des mesures sanitaires pour le personnel et les clients. Cette procédure prévoit des masques, des équipes réduites pour éviter les croisements et un marquage au sol pour respecter une distance minimale de 1 m. Après avoir fermé, Pizza Hut a aussi renoué depuis quelques jours avec la livraison à domicile sans contact, tandis que KFC (enseigne du même groupe) teste le drive et la livraison dans certains restaurants.

Nicolas rouvre ses magasins

Assimilés au secteur alimentaire, les cavistes sont autorisés à ouvrir. La quasi-totalité avait pourtant fermé la semaine du 16 mars. Y compris la chaîne Nicolas. « Nous voulions réfléchir à un plan de sécurité pour nos collaborateurs et les clients », explique Christopher Hermelin, responsable marketing. Après un

Tous droits réservés à l'éditeur

Aujourd'hui en France
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 131359

Date : 07 avril 2020
Page de l'article : p.30-31
Journaliste : SYLVIE DE MACEDO AVEC ERWAN BENEZET

test dans une vingtaine de magasins, 323 Nicolas sur 500 ont ainsi rouvert lundi, avec des consignes très claires : « Un seul client à la fois avec interdiction de toucher aux bouteilles et obligation de respecter le marquage au sol », détaille-t-il, en rappelant que le drive piéton et la livraison sont aussi opérationnels. « Il s'agit surtout de maintenir un lien social et d'envoyer un message fort aux autres cavistes en montrant qu'on peut ouvrir. »

Les centres auto assurent les réparations

La partie magasin est fermée mais des garages et centres auto (Speedy, Norauto, Feu vert, Midas, Euromaster...) assurent toujours le dépannage et la réparation pour ceux qui ont besoin de leur véhicule pour se déplacer. La prise de rendez-vous se fait sur le site des centres. Pour les pièces détachées, Feu vert livre gratuitement et Norauto a mis en place un service de retrait sans contact sur une sélection de produits de première nécessité pour les véhicules dans environ 80 ateliers secours. Enfin, la moitié environ des magasins de vente et de réparation de deux-roues, autorisés à rester ouverts, le sont effectivement.

Le bricolage propose le retrait sans contact

Les magasins de bricolage sont autorisés à ouvrir mais presque tous ont préféré le système du retrait sans contact. C'est le cas de Leroy Merlin, Castorama, Brico Dépôt, Bricomarché, Brico Cash et Bricorama. Seuls les produits de première nécessité sont en vente. Chez Mr. Bricolage, un service de click and collect a été instauré, mais des magasins, notamment en zone rurale, sont ouverts afin de permettre l'accès à des produits de première nécessité. Enfin, les particuliers moins pressés peuvent recourir au service de livraison à domicile proposé par certaines enseignes (Leroy Merlin, Castorama et Bricomarché notamment) avec un délai moyen compris entre 4 et 10 jours.



MAXPPP. SEBASTIEN JARRY

Fnac Darty et Boulanger, qui assurent déjà des livraisons sans contact, vont lancer un service de drive : le produit commandé la veille sera retiré devant le magasin.

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Parisien
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 274892





Date : 07 avril 2020
Journaliste : SYLVIE MACEDO
AVEC ERWAN BENEZET

ÉCONOMIE — CRISE DU CORONAVIRUS

Ces magasins qui passent au drive

Alors que la France entame sa quatrième semaine de confinement, des enseignes s'organisent pour proposer davantage de services à leurs clients.



MAXPPP/SEBASTIEN JARRY

Fnac Darty et Boulanger, qui assurent déjà des livraisons sans contact, vont lancer un service de drive : le produit commandé la veille sera retiré devant le magasin.

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Parisien
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 274892

Date : 07 avril 2020
Journaliste : SYLVIE MACEDO
AVEC ERWAN BENEZET

PAR SYLVIE DE MACEDO
AVEC ERWAN BENEZET

VOUS AVEZ besoin d'essuie-glaces, des croquettes pour le chien ou d'une cafetière ? Alors que la France entame sa quatrième semaine de confinement, la plupart des enseignes se sont organisées pour ouvrir certains services. Beaucoup livrent évidemment à domicile, d'autres proposent le click and collect sans contact (le drive). Qui est ouvert ? Quels produits disponibles ? Comment acheter ? Nous faisons le point.

Boulanger et Fnac Darty ouvrent des drives

Depuis le début du confinement, les enseignes de biens culturels et high-tech ont toutes mis en place un service de livraison sans contact. Selon nos informations, Boulanger et Fnac Darty vont aussi lancer un service de drive. « Ce sera sans contact : on commande sur le site et on peut venir prendre le produit devant le magasin le lendemain, uniquement le matin », explique Benoit Jaubert, directeur exploitation du Groupe Fnac Darty. Après un test la semaine passée, Boulanger va déployer un service similaire dans la moitié de son réseau dans les prochains jours. Son concurrent Darty le proposera dans trente de ses magasins dès aujourd'hui et la Fnac dans vingt points de vente d'ici à la fin de la semaine. Si le test est concluant, ce dispositif sera élargi à une majorité de magasins du groupe dans une quinzaine de jours. « L'idée est de répondre à des besoins urgents, comme un nouveau réfrigérateur. On veut aussi préparer l'après-confinement, où ce mode de vente aura toute sa place alors que la distanciation sociale sera certainement encore prônée », assure Benoît Jaubert.

La vente de plants potagers autorisée

Pour ceux qui ont un jardin, il sera bientôt possible d'acheter des plants potagers dans les enseignes de jardinerie. Le gouvernement vient d'autoriser la vente de ces articles considérés comme des produits essentiels. « On réfléchit à comment organiser nos points de vente. Faut-il ouvrir ce rayon ? Créer un espace à l'extérieur ? » précise le porte-parole de Jardiland. En effet, les jardineries ne pouvaient vendre que les produits d'alimentation et d'hygiène animaliers. Truffaut a fermé ses magasins et vend ces produits en ligne. Gamm vert ou Jardiland ont gardé une partie de leur réseau ouvert mais seuls les rayons pour animaux sont accessibles. Pour les autres articles, Gamm vert livre et Jardiland assure le click and collect.

McDo, KFC et Pizza Hut testent le drive et la livraison

De grandes chaînes de restauration s'organisent pour proposer de la livraison sans contact et/ou du drive. C'est le

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Parisien
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 274892

Date : 07 avril 2020
Journaliste : SYLVIE MACEDO
AVEC ERWAN BENEZET

cas de McDonald's, qui prépare la réouverture de ce service dans une trentaine de ses restaurants. Alors que des salariés ont fait part de leurs vives inquiétudes, l'enseigne teste actuellement dans douze restaurants de l'ouest de la France et dans trois en Ile-de-France un renforcement des mesures sanitaires pour le personnel et les clients. Cette procédure prévoit des masques, des équipes réduites pour éviter les croisements et un marquage au sol pour respecter une distance minimale de 1 m. Après avoir fermé, Pizza Hut a aussi renoué depuis quelques jours avec la livraison à domicile sans contact, tandis que KFC (enseigne du même groupe) teste le drive et la livraison dans certains restaurants.

Nicolas rouvre ses magasins

Assimilés au secteur alimentaire, les cavistes sont autorisés à ouvrir. La quasi-totalité avait pourtant fermé la semaine du 16 mars. Y compris la chaîne Nicolas. « Nous voulions réfléchir à un plan de sécurité pour nos collaborateurs et les clients », explique Christopher Hermelin, responsable marketing. Après un test dans une vingtaine de magasins, 323 Nicolas sur 500 ont ainsi rouvert lundi, avec des consignes très claires : « Un seul client à la fois avec interdiction de toucher aux bouteilles et obligation de respecter le marquage au sol », détaille-t-il, en rappelant que le drive piéton et la livraison sont aussi opérationnels. « Il s'agit surtout de maintenir un lien social et d'envoyer un message fort aux autres cavistes en montrant qu'on peut ouvrir. »

Les centres auto assurent les réparations

La partie magasin est fermée mais des garages et centres auto (Speedy, Norauto, Feu vert, Midas, Euromaster...) assurent toujours le dépannage et la réparation pour ceux qui ont besoin de leur véhicule pour se déplacer. La prise de rendez-vous se fait sur le site des centres. Pour les pièces détachées, Feu vert livre gratuitement et Norauto a mis en place un service de retrait sans contact sur une sélection de produits de première nécessité pour les véhicules dans environ 80 ateliers secours. Enfin, la moitié environ des magasins de vente et de réparation de deux-roues, autorisés à rester ouverts, le sont effectivement.

Le bricolage propose le retrait sans contact

Les magasins de bricolage sont autorisés à ouvrir mais presque tous ont préféré le système du retrait sans contact. C'est le cas de Leroy Merlin, Castorama, Brico Dépôt, Bricomarché, Brico Cash et Bricorama. Seuls les produits de première nécessité sont en vente. Chez Mr. Bricolage, un service de click and collect a été instauré, mais des magasins, notamment en zone rurale, sont ouverts afin de permettre l'accès à des produits de première nécessité. Enfin, les particuliers moins pressés peuvent recourir au service de livraison à domicile proposé par certaines enseignes (Leroy Merlin, Castorama et Bricomarché notamment) avec un délai moyen compris entre 4 et 10 jours.

Tous droits réservés à l'éditeur



En direct : Le point sur la situation à Paris et en Île de France

CORONAVIRUS : LA SITUATION À PARIS ET EN ÎLE-DE-FRANCE, RESTRICTIONS SPORTIVES ET MASQUES À VENIR

Partager Tweeter Épingle Partager

Par My B., Alexandre G. · Photos par My B. · Publié le 7 avril 2020 à 17h00 · Mis à jour le 7 avril 2020 à 17h03

Découvrez les dernières informations concernant la situation sur l'épidémie de coronavirus à Paris et en Ile-de-France ce mardi 7 avril. Courses, transports, mesures, découvrez les dernières nouvelles. Avec 2537 personnes en réanimation, les hôpitaux franciliens sont en saturation. Olivier Véran rappelle qu'on n'est pas encore au pic épidémique mais encore en phase d'aggravation, il faut continuer les efforts. Les activités sportives seront désormais interdites de 10h à 19h et une distribution de masques en tissu est prévue les prochains jours à tous les parisiens.

Ce **mardi 7 avril**, le **virus Covid-19** touche **1.363.365 cas** confirmés et a fait au total **76.420 morts dans le monde**.

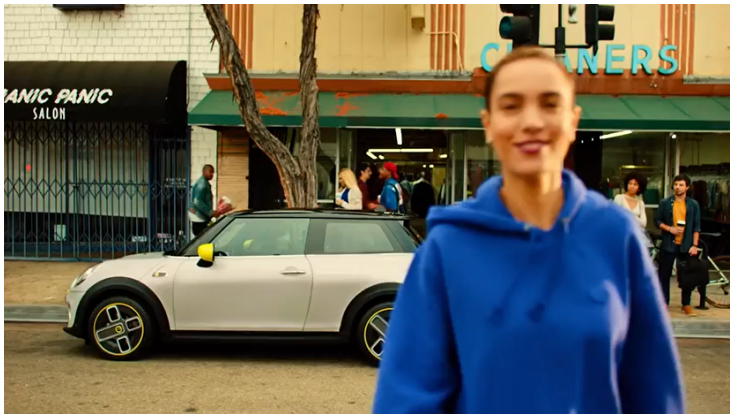
En France, selon le dernier bilan communiqué par les autorités sanitaires concernant la pandémie de **COVID-19**, on recense **8.911 morts au total** (**6.494** décès en hôpital et **2417** dans les centres médico-sociaux comme les **Ehpad**). On compte ce lundi 6 avril, **833 décès** en hôpital supplémentaires en 24 heures.

On comptabilise **7.072 personnes en soins intensifs en réanimation**. Le nombre de cas graves passé en réanimation ce jour est de 478 personnes soit **94** de plus en 24h en tenant compte des départs, un chiffre à suivre pour rendre compte réellement de l'évolution de la pandémie. On recense actuellement **29.722** personnes hospitalisées (+851 en 24h). On recense 17.250 personnes sorties guéries, plus de 1.000 en 24h.

C'est la **région Ile-de-France** qui est le plus sévèrement touché par l'épidémie à l'heure actuelle. On compte ce 7 avril **2355 décès** dans les hôpitaux de la région, 248 nouveaux patients ont été hospitalisés, portant leur nombre total à 11762. Actuellement, **2537** personnes sont en réanimation.

Région Ile-de-France a annoncé renforcer le plan de soutien mis en place pour le département de Seine-Saint-Denis, beaucoup plus touché que les autres. **Découvrez les détails du plan renforcé**.

PUBLICITÉ



La Mairie de Paris et la Préfecture **interdisent la pratique sportive de 10h à 19h** dans la capitale à compter du mercredi 8 avril.

Anne Hidalgo déclare que **2 millions de masques** en tissu lavables et réutilisables "**seront offerts aux Parisiens et aux Parisiennes**". Ils seront fabriqués par des entreprises locales et seraient disponibles d'ici quelques jours.

Malgré le confinement, le Vendredi Saint sera bel et bien célébré dans la cathédrale **Notre-Dame de Paris**, en comité très restreint.

Le ministre de l'Intérieur **Christophe Castaner** a demandé aux préfets d'examiner, en lien étroit avec les municipalités et au cas par cas, la nécessité de durcir les mesures de confinement dans les territoires où des signes de laisser-aller se feraient jour et où ces règles viendraient à être contournées.

Olivier Véran précise ce matin sur RMC : "*Nous ne sommes pas au pic épidémique, nous sommes encore en phase d'aggravation*""*Les efforts que nous faisons sont en train de payer*". Concernant le confinement, il déclare "*le confinement durera aussi longtemps qu'il sera nécessaire qu'il dure*". Il y aura peut-être une intervention du Président dans le semaine concernant le prolongement du confinement.

Lors du point épidémique de ce lundi soir, Olivier Véran précise que "***nous ne sommes pas au bout de l'ascension épidémique***" et que les français doivent absolument **continuer à consulter** pour leurs **maladies chroniques** et leurs **suivis médicaux** comme les vaccins pour enfants et grossesses.

Après une vingtaine de jours de confinement en France, même si on n'y est pas encore, les **différent scénarios de déconfinement** sont à l'étude. Parmi les hypothèses se trouve celle d'un **déconfinement par tranche d'âge** : les plus jeunes, moins vulnérables seraient ainsi les premiers à pouvoir sortir de nouveau.

Plus que jamais, il faut être vigilant sur les **violences conjugales**. Un nouveau numéro est mis en place (le 08 019 019 11) et **de nombreuses solutions existent**.

Depuis la mise en place du confinement en France, de nombreuses enseignes ont fermé leurs portes. Aujourd'hui, plusieurs d'entre elles ont décidé de reprendre leurs activités sous différentes formes, comme le Drive et la livraison sans contact. Interflora, Nicolas ou encore Pizza Hut, Leroy Merlin et KFC… **on fait le point sur ces enseignes qui rouvrent**.

Dans un contexte de crise sanitaire sans précédent, la France cherche par tous les moyens à augmenter sa fréquence de tests. Une entreprise de biotechnologie commercialise à partir du lundi 6 avril 2020 un **nouveau test de dépistage du Covid-19**, approuvé par l'Institut Pasteur.

Face à la crise sanitaire et au nombre grandissant de personnes infectées par le coronavirus, laFédération française de Tennis a annoncé qu'elle mettait à disposition de l'AP-HP (Assistance-Publique – Hôpitaux de Paris) une partie de son centre d'entraînement, situé dans le 16ème arrondissement à Paris, afin d'héberger des patients atteints du Covid-19, guéris mais encore contagieux.

L'attestation dérogatoire via smartphone est désormais valide pour tout déplacement obligatoire.

La Préfecture de Police appelle les parisiens à respecter les règles du confinement. "**Pas de relâchement**" déclare-t-elle à travers son compte twitter.

Pour lutter contre la propagation du coronavirus en île-de-France, **la région ouvre six centres de "desserrement"**. Ces lieux sont destinés aux personnes testées positives au covid-19, en situation de grande précarité, mais ne nécessitant pas d'hospitalisation.

Les autorités recommandent désormais le **port de masque pour tout le monde**, de préférence maison pour laisser les masques FFP2 et chirurgicaux au personnel soignant. Découvrez des **tutos pour les confectionner**.

La Mairie de Paris a annoncé que dès lundi 6 avril 2020, **les enfants des personnels salariés dans les commerces alimentaires** seraient **accueillis gratuitement** dans les **crèches et centres de loisirs**, pour soulager les familles sur le front dans la lutte contre le Coronavirus.

Jean-Michel Blanquer a répondu en direct ce samedi à un certain nombre de questions que se posent les parents et enseignants. Retrouvez **les réponses données par le ministre de l'Education**.

Olivier Véran, ministre de la Santé, s'est exprimé ce samedi en compagnie de **Sophie Cluzel**, secrétaire d'Etat, sur **la situation des handicapés**. Prise en charge, mesures, adaptation des soins et aides aux proches de personnes handicapés ont été les sujets soulevés lors de cet allocution.

Dans le but de soutenir les personnels de santé, les entreprises ou encore les lycéens, la Région Île-de-France annonce ce **vendredi 3 avril 2020** les **grandes lignes de son dispositif d'aides** à destination des acteurs les plus touchés par l'épidémie de coronavirus. Assouplissement des délais de paiement, déblocage de fonds d'urgence, on fait le point sur les principales mesures validées.

Ce vendredi 3 avril, le **préfet de Police Didier Lallement** s'est excusé publiquement après ses propos polémiques sur les personnes en réanimation, coupables selon lui de ne pas avoir "*respecté le confinement*". Le fonctionnaire a dit "*regretter*" ses paroles, tout en précisant qu'il "continuerait sa mission".

Le Ministre de l'Éducation Nationale, **Jean-Michel Blanquer**, s'est exprimé ce vendredi 3 avril 2020 à la télévision lors d'une conférence de presse numérique. Une allocution qui apporte des précisions sur le déroulé du bac et du brevet des collèges qui passent tous les deux en contrôle continu. **Découvrez les modalités**.

Attention, **on ne part pas en vacances** a prévenu le ministre de l'intérieur. Près de 60000 gendarmes sont mobilisés pour empêcher les départs en vacances. En Ile-de-France, 7 escadrons d'une centaine d'hommes de la gendarmerie mobile et 3 hélicoptères sont mobilisés en renfort.

La nouvelle plateforme **MobilisationEmploi** vient d'être lancée pour soutenir l'emploi français. Les demandeurs d'emploi et les salariés en activité partielle peuvent, via cette plateforme, se porter volontaires dans plusieurs secteurs essentiels à l'activité économique.

Le Premier Ministre, **Édouard Philippe**, était ce jeudi, l'invité d'une émission spéciale intitulée "**Le Premier ministre face à la crise**". Découvrez ce qu'il faut en retenir.

Une **nouvelle attestation pour smartphone** sera disponible dès le 6 avril.

Pour combattre l'ennui qui nous gagne pendant le confinement, la Mairie de Paris a décidé d'ouvrir **ses bibliothèques numériques** aux Parisiens, c'est-à-dire à ceux qui vivent, travaillent ou étudient à Paris.

Patrick Devedjian, président des Hauts-de-Seine et ancien ministre, est la première personnalité politique française à décéder du Covid-19 dans la nuit du samedi 28 au dimanche 29 mars 2020. Les altoséquanais lui rendent un dernier hommage sur internet.

Emmanuel Macron a diffusé ce jeudi 2 avril 2020 une vidéo adressée au autistes dans laquelle il annonce un aménagement du confinement ainsi qu'une nouvelle attestation de déplacement pour ces personnes qui ont besoin de repères.

Quand et comment se déroulera le déconfinement en France ? C'est la question que tout le monde se pose alors que le confinement doit se prolonger, au moins, jusqu'au 15 avril 2020. Auditionné lors d'une mission d'information de l'Assemblée nationale, le Premier Ministre Edouard Philippe a confié que la fin du confinement ne se fera probablement pas "en une fois, partout et pour tout le monde".

La **Maire de Paris** fait son **point sur la situation ce mercredi 1er avril 2020**. Découvrez les dernières recommandations et mesures prises par la ville de Paris concernant le nettoyage, les **violences conjugales**, les déplacements en Vélib' et l'entraide.

À **Paris**, comme dans les autres grandes villes mondiales, les agents de propreté, de sécurité ou encore le personnel dédiés aux enfants des soignants continuent de travailler, malgré la crise sanitaire actuelle. Pour leur engagement, la Ville de Paris souhaite leur verser **une prime de 35 euros nets par jour**.

Valérie Pécresse alerte sur l'arrêt presque total des chantiers de transport, ce qui peut avoir un impact sur les JO 2024 : *"Un ou deux mois d'arrêt peut impliquer plus d'une année de retard in fine. (...) Si on rate une fenêtre de tir pour installer un ouvrage d'art, on perd le créneau, on doit reporter les travaux à l'année suivante"*, a-t-elle indiqué.

Christophe Castaner a mis en garde les Français tentés de partir pour les vacances de Pâques : "*On ne part pas en vacances pendant la période de confinement*" a-t-il déclaré sur LCI.

Le **Marché de Rungis** a lancé son site de **livraison** en ligne.

Alors que l'ensemble de la France est confinée, à Paris **l'entraide de proximité** se développe. Des gestes solidaires s'organisent ainsi au sein des immeubles et des quartiers pendant l'épidémie de coronavirus. Notez qu'en cas de **violences faites aux femmes**, le **114** est désormais disponible en SMS depuis ce mercredi.

De nombreuses **villes d'Ile-de-France ont commencé à désinfecter** leurs rues et leur mobilier urbain, afin de tenter d'endiguer la propagation du Coronavirus.

Suite à la période de confinement mise en place par le gouvernement dans le pays et un trafic fortement réduit, la SNCF annonce un **remboursement des abonnements d'avril**.

Alors que le trafic RATP est fortement réduit suite à la mise en place du confinement, le Syndicat Autolib' Vélib' Métropole annonce **la gratuité des Vélib'** « pour les déplacements autorisés » et les « trajets de moins d'une heure ». Ce geste commercial sera mis en place jusqu'à la fin de la période du confinement.

En cette période de confinement, la Ville de Paris, la Préfecture de police, le Tribunal judiciaire de Paris et les associations restent entièrement mobilisés dans la lutte contre les **violences conjugales**.

Pour lutter au mieux contre le coronavirus en France, la Préfecture de Police de Paris interdit, à compter du 31 mars, l'accès de certaines zones des bois de Vincennes et de Boulogne à toute personne, y compris aux riverains.

L'Agence Régionale de Santé (ARS) a annoncé l'ouverture de **centres de consultations ambulatoires** dans toutes les régions de France, dans l'optique de permettre de désengorger les hôpitaux et autres cabinets médicaux, mais également de mieux orienter les patients atteints du COVID-19. Une mesure nécessaire et bienvenue en Ile-de-France, deuxième plus gros foyer épidémique du pays.

Jean-Michel Blanquer, ministre de l'Education, a annoncé le maintien des vacances scolaires de printemps comme d'été sans travail supplémentaire durant les vacances mais du soutien pour les volontaires. Côté bac, celui-ci indique sur Europe 1 qu'une "dose de contrôle continu" serait introduite et qu'il n'excluait pas l'idée d'**un bac 100% en contrôle continu**.

L'amende confinement est de nouveau réévaluée et passe ce dimanche de 135€ à **200€** en cas de récidive dans les 15 jours et peut aller jusqu'à 3750€ et 6 mois de prison pour les multirécidivistes. D'autres fonctionnaires peuvent désormais dresser ces contraventions en plus des policiers et gendarmes.

La Présidente de la Région île de France, **Valérie Pécresse**, annonce le « remboursement intégral du **Pass Navigo**, mais aussi du Navigo senior et de la carte Imagin'R, à tous les abonnés, pour le mois d'avril.

Le Premier Ministre **Edouard Philippe** avec le Ministre de la santé, **Olivier Véran** ont fait le **point sur les stratégies** en toute transparence **ce samedi 28 mars 2020** pour répondre aux "questions que les Français se posent légitimement" et pour dévoiler les stratégies adoptées par le gouvernement.

Bricolage, jardinage, high tech... des magasins rouvrent mais en drive



Une cliente charge des courses dans sa voiture. Photo d'illustration. – iStock

MON ARGENT SUIVRE


TOUTE L'INFO SUR
CORONAVIRUS : L'IMPACT ÉCONOMIQUE DE LA PANDÉMIE

RATIONNEL - Elles avaient baissé le rideau à l'annonce du confinement (même quand elle restaient pourtant autorisées à ouvrir). Les enseignes de bricolage, de la restauration rapide ou encore de vente de plants potagers reprennent du service par le biais du retrait en magasin (en voiture ou à pied) d'une commande passée depuis chez soi.

07 avr. 16:44 - Laurence VALDÉS

Un contact réduit au minimum avec un salarié qui vous délivre vos paquets déjà préparés, pas de terminal bancaire ni de monnaie à manipuler en caisse puisque vous avez effectué la commande et le paiement en ligne et aucun risque de croiser les autres clients en rayon puisque vous n'entrerez pas dans la boutique. Tels sont les atouts indéniables du retrait en magasin (le drive en voiture ou le clic and collect à pied) alors que la crise sanitaire impose une distanciation sociale destinée à éviter à chacun de transmettre ou de rencontrer le coronavirus.

Ces retraits de commande permettent ainsi notamment à ceux qui ont un potager, un balcon ou un rebord de fenêtre pourvu de jardinières de s'approvisionner en graines et en plants. Arrivé au début de la période des semis, le confinement ne pouvait en effet pas plus mal tomber. A noter que ces produits n'ont été reconnus par le gouvernement comme étant de première nécessité que début avril, alors que jusque là seules les enseignes avec un rayon alimentation animale pouvaient

ouvrir. Les pépiniéristes et horticulteurs peuvent donc désormais eux aussi proposer semences et jeunes pousses destinées au potager.

EN VIDÉO

Confinement : autorisation de vente en drive des semences potagères en Auvergne-Rhône-Alpes



Les enseignes de bricolage, à l'instar de Castorama, Brico Dépôt ou Leroy Merlin, se sont elles aussi mises au drive et au clic and collect. Bien que ces commerces aient été dès le début du confinement autorisés à recevoir du public, ils avaient d'abord préféré baisser le rideau. En cause : le manque de masque pour les salariés, la nécessité de s'organiser pour travailler sans se croiser à moins d'un mètre et la crainte que la clientèle se fasse rare.

Avant de finalement proposer depuis fin mars un service de retrait d'articles dans les deux heures après la commande, destiné aussi bien aux professionnels qu'aux particuliers. L'une de ces enseignes a cependant annoncé réduire le nombre de références accessibles aux produits essentiels au quotidien, soit tout de même près de 7.000 contre 50.000 d'habitude. A noter que les graines y étaient bel et bien proposées, avons-nous constaté en effectuant une recherche en ligne ce mardi 7 avril.

Des sachets de graines que les clients de Leroy Merlin peuvent commander pour un retrait dans les deux heures en magasin. – Capture Leroy Merlin

Les chaines de restauration rapide comptent également reprendre du service en misant sur le drive... et la livraison. McDonald's par exemple, a annoncé en fin de semaine dernière préparer la réouverture d'une trentaine de ses restaurants à ce double effet. Depuis le début du confinement, seuls douze établissements sur près de 1.500 en France étaient restés ouverts dans l'ouest du pays (sans bien sûr que le public ne puisse manger sur place), selon l'AFP. De même, KFC expérimente désormais le drive tandis que Pizza Hut se remet en selle mais seulement pour des livraisons.

LIRE AUSSI

Commerces, activités... quels établissements restent ouverts ?

Coronavirus : contrairement à McDonald's, Burger King arrête ses services et la livraison à domicile

EN DIRECT - Coronavirus : la situation minute par minute

Du coté des cavistes, c'est Nicolas qui rouvre la voie. En dépit de leur autorisation à rester ouverts du fait qu'ils sont assimilés aux commerces de bouche, la plupart ont pourtant préféré ne pas ouvrir leurs portes de peur d'exposer les salariés et les clients. L'enseigne qui compte 500 boutiques en France en a ainsi rouvert les deux-tiers cette semaine pour y accueillir les clients dans le respect des règles de sécurité sanitaire. Mais surtout, elle les invite à essayer le "drive piéton", pour venir récupérer sur place les commandes passées en ligne ou par téléphone, lit-on sur son site. Peut-être de quoi séduire ceux qui qui organisent des "apéros virtuels" avec leurs amis ou collègues via des applications comme Zoom ou Skype.

Le secteur de la high tech et de l'électroménager se met lui aussi au retrait sans contact. A chacun de voir s'il vient retirer ses produits avec un véhicule ou à pied, même si pour un frigo la question ne se pose pas vraiment. Ainsi, trente points de retrait devaient ouvrir dès ce mardi chez Darty, une vingtaine à la Fnac en fin de semaine ainsi que dans la moitié du réseau Boulanger dans les prochains jours, selon *Le Parisien* de ce mardi. Pour Darty et la Fnac, qui appartiennent au même groupe, les produits ainsi commandés pourront être retirés le lendemain, uniquement le matin.

Toutes les réponses à vos questions dans notre chatbot. Posez-lui une question, il y répond ici

Le Parisien

Date : 07/04/2020
Heure : 06:20:31
Journaliste : Sylvie De Macedo

www.leparisien.fr
Pays : France
Dynamisme : 238

Visualiser l'article

Confinement : Fnac, Darty, McDonald's… ces magasins qui (re)passent au drive

Alors que la France entame sa quatrième semaine de confinement, plusieurs enseignes s'organisent pour continuer à proposer des services à leurs clients, notamment avec la mise en place de retraits sans contact.



Fnac-Darty va proposer à ses clients de retirer devant le magasin leur commande passée la veille sur Internet. Maxppp/Sébastien Jarr

Vous cherchez des essuie-glaces, des croquettes pour votre chien ou encore une nouvelle cafetière? Alors que la France entame sa quatrième semaine de confinement , la plupart des enseignes se sont organisées pour ouvrir certains services. Beaucoup font évidemment de la livraison à domicile, d'autres proposent du drive. Qui est ouvert? Quels produits sont disponibles à la vente? Comment les acheter? On fait le point secteur par secteur.

High-tech et culture : place au drive chez Boulanger et Fnac-Darty

Depuis le début du confinement, les enseignes de biens culturels et high-tech ont toutes mis en place un service de livraison sans contact. Selon nos informations, Boulanger et Fnac-Darty vont aussi lancer un drive . « Il s'agit de click & collect sans contact : on commande sur le site et on peut venir récupérer le produit devant le magasin le lendemain, uniquement le matin », explique Benoit Jaubert, directeur exploitation du Groupe Fnac-Darty en soulignant que ce dispositif nécessite la présence d'un à deux collaborateurs sur place.

Boulanger déploiera un service similaire dans la moitié de son réseau dans les prochains jours. Son concurrent, Darty le proposera dans trente de ses magasins dès ce mardi et la Fnac dans vingt points de vente d'ici à la fin de la semaine.

Si le test est concluant, ce dispositif sera élargi à une majorité de magasins du groupe dans une quinzaine de jours. « L'idée est de pouvoir répondre à des besoins urgents. On veut aussi préparer l'avenir, l'après-confinement, où ce mode de délivrance aura toute sa place alors que la distanciation sociale sera certainement encore prônée », assure Benoît Jaubert.

Les enseignes de jardinage vont bientôt vendre des plants potagers

Tous droits réservés à l'éditeur

Pour ceux qui aimeraient profiter du confinement pour entretenir leur jardin, il sera bientôt possible d'acheter des plants potagers dans les enseignes de jardinerie. Le gouvernement vient en effet d'autoriser la vente de ces articles considérés comme des « produits essentiels ». « On réfléchit à comment organiser nos points de vente afin de commercialiser ces articles. Faut-il ouvrir ce rayon ? Créer un espace propre à l'extérieur ? » s'interroge le porte-parole de Jardiland.

Depuis le début du confinement, les magasins de jardinerie n'étaient en effet autorisés à vendre que des produits d'alimentation et d'hygiène des animaux. Si Truffaut a fermé tous ses points de vente en commercialisant ces produits uniquement en ligne, Gamm Vert ou encore Jardiland ont fait le choix de garder une partie de leur réseau ouvert en ne laissant l'accès qu'aux rayons pour les animaux. Pour les autres articles, Gamm Vert propose de la livraison, Jardiland du click and collect.

McDo, KFC et Pizza Hut testent le drive et la livraison à domicile
Les restaurants ont évidemment tous fermé. Mais certaines grandes chaînes s'organisent pour proposer de la livraison « sans contact » et/ou du drive. C'est le cas de McDonald's qui prépare la réouverture de ce service dans une trentaine de ses restaurants.

Alors que certains salariés ont fait part de leurs vives inquiétudes, l'enseigne teste actuellement dans douze restaurants de l'ouest de la France et dans trois en Ile-de-France « un guide opérationnel visant à renforcer significativement les mesures sanitaires pour nos personnels et nos clients sur les canaux drive et de la livraison à domicile. » Celui-ci prévoit des masques, des équipes réduites pour éviter les croisements, un marquage au sol pour respecter une distance minimale d'un mètre.

Après avoir arrêté toute activité, Pizza Hut a aussi renoué avec un service de livraison à domicile « sans contact » tandis que KFC (enseigne du même groupe) teste un service de drive et de livraison dans certains de ses restaurants.

Les cavistes : Nicolas rouvre ses magasins
Assimilés au secteur de l'alimentaire, les cavistes font partie de ces commerces autorisés à ouvrir. La quasi-totalité avait pourtant fermé leurs portes la semaine du 16 mars. Y compris la chaîne Nicolas. « Nous voulions nous donner du temps pour réfléchir à un plan de sécurité qui soit sécurisé pour nos collaborateurs et les clients », explique Christopher Hermelin, responsable marketing de l'enseigne.

Après un test dans une vingtaine de magasins, le spécialiste du vin vient ainsi de décider de rouvrir l'ensemble de ses points de vente « de façon progressive ». Ce lundi, 323 Nicolas sur 500 avaient ainsi ouvert leurs portes avec des consignes très claires : « un seul client à la fois, qui a l'interdiction de toucher aux bouteilles et l'obligation de respecter le marquage au sol », détaille-t-il en rappelant que les services de drive piéton et la livraison à domicile sont aussi opérationnels.

« On ne s'attend pas à avoir un niveau de vente similaire à celui d'avant confinement mais il s'agit surtout de maintenir un lien social et d'envoyer un message fort aux autres cavistes en montrant qu'il est possible d'ouvrir. »

Les centres auto continuent d'assurer les réparations
Si la partie « magasin » est fermée, certains garages et centres auto (Speedy, Norauto, Feu vert, Midas ou encore Euromaster) continuent d'offrir un service de dépannage/réparation pour ceux qui ont besoin de leur véhicule pour se déplacer. Toutes les modalités pour les prises de rendez-vous sont détaillées sur le site des centres. Et si vous avez besoin de pièces détachées, sachez également que Feu vert propose la livraison

Tous droits réservés à l'éditeur

gratuite alors que Norauto a mis en place un service de retrait sans contact sur « une sélection de produits de première nécessité pour les véhicules » dans environ 80 ateliers secours.

A noter également que la moitié environ des magasins de vente et de réparation de deux-roues, autorisés à rester ouverts pendant cette période de confinement, le sont effectivement.

Le bricolage propose du retrait sans contact

Même si les magasins de bricolage font partie de ceux autorisés à ouvrir, la quasi-totalité ont préféré mettre en place un service de retrait sans contact . C'est le cas de Leroy Merlin, Castorama, Brico Dépôt, Bricomarché, Brico Cash et Bricorama (les trois dernières appartenant au groupement les Mousquetaires). Seuls les produits de première nécessité sont disponibles à la vente. A titre d'exemple, Leroy Merlin ne commercialise que 6 000 références.

Chez Mr Bricolage, si un service de click & collect a aussi été instauré, certains magasins du réseau (notamment en zone rurale) restent également ouverts afin de permettre aux clients d'accéder à des produits de première nécessité.

Enfin, les particuliers moins pressés peuvent également avoir recours au service de livraison à domicile proposé par certaines enseignes (Leroy Merlin, Castorama et Bricomarché notamment) avec un délai de livraison moyen compris entre quatre et dix jours.

La déco, la mode et le jouet : uniquement en livraison

S'il est possible de commander en ligne dans une grande majorité des grandes chaînes de déco, de mode et de jouets, seule la livraison à domicile est — pour l'instant — disponible dans ces secteurs.

Parmi les enseignes de textile (qui ne peuvent plus proposer du click & collect), certaines offrent d'ailleurs les frais de livraison (H & M, Celio, Lacoste…). Toutes ont également rallongé la durée de la politique de retours des articles (jusqu'à cent jours parfois).

Pour les enseignes de déco, la livraison à domicile est aussi la seule option possible mais sa mise en œuvre est parfois difficile. Conforama ne propose ce service que dans une trentaine de ses magasins. Depuis le 24 mars, Ikea a également ouvert les commandes en ligne pour une majorité de ses articles (hors petits accessoires et les meubles de moins de 20 kg) mais uniquement pour les Parisiens et les habitants de la petite couronne.

Enfin, le jouet dont les magasins sont évidemment fermés, propose un service de livraison globalement restreint. PicWicToys ne livre pas toutes les villes, La Grande Récré n'est pas en mesure de faire parvenir à ses clients des colis supérieurs à 20 kg… Et face à l'afflux de commandes, Maxitoys a même été contraint de suspendre « provisoirement » son service de livraison à domicile.

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 07/04/2020
Heure : 10:54:13
Journaliste : Patrick Rucart

www.observatoiredelafranchise.fr
Pays : France
Dynamisme : 5

Visualiser l'article

Le réseau Nicolas annonce la réouverture de l'ensemble de ses boutiques

Nicolas vient d'annoncer la réouverture de ses 500 points de vente en France, suite aux dernières autorisations émises par le gouvernement. Le réseau de cavistes, qui propose 1 500 références de produits, reprend ainsi son activité tout en respectant bien sûr les mesures de protection sanitaire.

Nicolas accueille à nouveau ses clients
S'affichant dans la liste des commerces essentiels autorisés à ouvrir (alimentation, pharmacie, espace presse, tabac, banque et stations-service), le caviste Nicolas, enseigne du groupe Castel, va progressivement rouvrir ses 500 points de vente au cours de ce mois. Cette reprise d'activité va certainement contribuer à payer les loyers.

Rappelons que Nicolas a déjà fermé l'ensemble de ses boutiques afin de protéger la santé de ses clients et collaborateurs. Après avoir testé pendant une semaine un plan de sécurité avec des magasins volontaires, la marque soumettra le déroulement de son activité aux règles suivantes :

Un seul client à la fois sera autorisé à entrer dans le magasin,
La porte du magasin sera ouverte et fermée uniquement par le caviste,
Les clients n'auront pas le droit de toucher aux bouteilles ni d'accéder aux rayons,
Seuls les paiements par carte bancaire seront acceptés,
Une distance d'un mètre entre le client et le caviste devra être respectée.
Devenir franchisé Nicolas
Nicolas continue de rechercher ses futurs franchisés sous condition qu'ils soient des personnes passionnées par le vin et capables de délivrer un service d'excellence. Ces derniers doivent surtout adopter les valeurs de la marque.

Un apport personnel de 50 000€ est demandé.

Tous droits réservés à l'éditeur



© ©Unsplash

LIFESTYLE

Quels sont les magasins qui rouvrent pendant le confinement ?

par La rédaction
7 avril 2020

En cette période de confinement, plusieurs magasins mettent en place un système de drive pour continuer leur activité.

Les mesures de confinement annoncées depuis le 14 mars par le Président de la République ont obligé les magasins dits “non

essentiels” à baisser leurs rideaux. Seules les supérettes et magasins vendant des biens de “première nécessité” ont eu le droit de continuer à vendre leurs marchandises. Cependant, des enseignes trouvent des solutions pour rouvrir leurs portes et d’autres réfléchissent à ouvrir à nouveau en ne vendant qu’au drive. C’est le cas de Leroy Merlin, Castorama ou Brico Dépôt qui, depuis le 24 mars, ont mis en place des systèmes de drive avec remise des produits sans contact. Cependant, ces services ne sont pas assurés dans tous les magasins des trois enseignes, car ils sont mis en place sur la pure base du volontariat. La liste des magasins où cela est possible est à vérifier sur leur site Internet.

Si vous êtes à la recherche de vin, l’enseigne Nicolas teste actuellement dans ses magasins un “plan de sécurité”, n’autorisant l’entrée que d’un client à la fois à l’intérieur de la boutique. Il est interdit de toucher les bouteilles et seul le paiement par carte bancaire est autorisé. Les réouvertures se feront progressivement. Un système de drive piéton et de livraison à domicile est aussi mis en place.

De son côté, Pizza Hut et KFC ont annoncé le 31 mars le retour de la livraison à domicile. Pizza Hut a mis en place un système permettant de recevoir sa commande sans rentrer en contact avec le livreur, KFC a quant à lui renforcé son dispositif sanitaire, en appui avec des professionnels de la santé, annonce le quotidien *L’Indépendant*. McDonald’s n’a pas encore autorisé ses restaurants à reprendre leur activité mais réfléchirait aux modalités permettant la mise en place de drives et de la livraison à domicile.

PUBLICITÉ

Ads by Teads

View on Twitter

Sur le plan de la culture, si les libraires interpellent le gouvernement depuis le début du confinement afin de changer les livres en “biens de première nécessité” et ainsi permettre la réouverture des librairies, la Fnac va mettre en place très prochainement un système de drive et de retrait des marchandises “sans contact”. Darty, pour l’électroménager, va autoriser 30 magasins à réouvrir, mais seuls certains produits jugés urgents seront éligibles : l’électroménager, le petit électroménager et l’informatique. Les commandes seront déposées à l’extérieur des magasins, dans des zones sécurisées. Le client devra utiliser ses propres moyens pour transporter les produits, s’ils sont volumineux.

Restez chez vous, mais avec nous… Recevez trois numéros offerts en vous abonnant au magazine GQ !

Client	OMNICOM PUBLIC RELATIONS
Contact	
Mot-clé	NICOLAS
Chaîne / Station	RMC INFO
Diffusion	07/04/2020 - 14:05:00
Durée	00:04:34
Emission	MOBILISATION GENERALE
Présentateur	PHILIPPE LELLOUCHE
Rubrique	



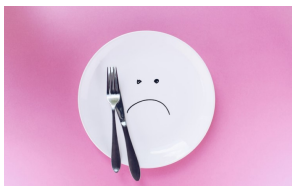
14:34:51
Invité : Hubert de Malherbe, président-designer de Malherbe Paris. Hubert de Malherbe revient sur la construction des supermarchés. 14:35:16 Citation de Carrefour, Leclerc, Leader Price et Franprix. 14:36:22 Citation Darty et la Fnac. 14:36:29 Citation McDo et KFC. 14:36:47 Citation du caviste Nicolas.

Client	OMNICOM PUBLIC RELATIONS
Contact	
Mot-clé	NICOLAS
Chaîne / Station	RTL
Diffusion	07/04/2020 - 15:30:00
Durée	00:04:25
Emission	LES GROSSES TETES
Présentateur	LAURENT RUQUIER
Rubrique	

Ecouter / Regarder cette alerte

15:52:38
Invités : Jeanfi Janssens ; Caroline Diament ; Christian Dior ; Arielle Dombasle ; Philippe Manoeuvre ; Florian Gazan. Jeu du vrai ou faux. 15:54:34 Commentaire de Caroline Diament. Vladimir Poutine aurait envoyé Piotr Pavlenski pour qu'Olivier Véran succède à Agnès Buzyn au ministère de la Santé. 15:55:17 Commentaire d'Arielle Dombasle. Le caviste Nicolas, qui a eu le droit hier de rouvrir ses magasins, a découvert Jean-Jacques Peroni, dont on était sans nouvelles, confiné à l'intérieur.

Décalé



(https://www.atabula.com/2020/pires-plaintes-des-clients-de-restaurants/)

Les pires plaintes des clients de restaurants (https://www.atabula.com/2020/02/25/les-pires-plaintes-des-clients-de-restaurants/)

PAR ATABULA (HTTPS://WWW.ATABULA.COM/AUTHOR/ADMIN/)
25 FÉVRIER 2020



(https://www.atabula.com/2020/aura-son-restaurant-a-londres-au-printemps-prochain/)

Batman aura son restaurant à Londres au printemps prochain (https://www.atabula.com/2020/02/20/batman-aura-son-restaurant-a-londres-au-printemps-prochain/)

PAR ATABULA (HTTPS://WWW.ATABULA.COM/AUTHOR/ADMIN/)
20 FÉVRIER 2020



(https://www.atabula.com/2020/x-crocs-la-nouvelle-collaboration-improbable/)

KFC x Crocs, la nouvelle collaboration improbable (https://www.atabula.com/2020/02/17/kfc-x-crocs-la-nouvelle-collaboration-improbable/)

PAR ATABULA (HTTPS://WWW.ATABULA.COM/AUTHOR/ADMIN/)
17 FÉVRIER 2020



(https://www.atabula.com/2020/bonnes-raisons-de-ne-pas-aller-au-restaurant-a-la-saint-valentin/)

5 bonnes raisons de ne pas aller au restaurant à la Saint-Valentin (https://www.atabula.com/2020/02/13/5-bonnes-raisons-de-ne-pas-aller-au-restaurant-a-la-saint-valentin/)

PAR LOUIS JEUDI (HTTPS://WWW.ATABULA.COM/AUTHOR/LOUISJE
13 FÉVRIER 2020

Le fil info

06/04 – FIL INFO – Suivez le fil info spécial coronavirus et restauration sur Atabula / Lien vers notre fil info (https://www.atabula.com/2020/03/13/fil-info-special-coronavirus-et-restauration/)

06/04 – BUSINESS **– Le géant de la vente de vins et spiritueux Nicolas, qui avait décidé de fermer ses établissements au début de la crise, a finalement décidé d'ouvrir de nouveau en fin de semaine dernière, après quinze jours rideaux fermés.**

06/04 – VENTE **– À Londres, le Ritz a été cédé la semaine dernière à un acquéreur qatarien resté anonyme. Pour s'offrir le palace, il aurait déboursé environ 900 millions d'euros.**

06/04 – RESTAURATION RAPIDE **– McDonald's a annoncé sa volonté de rouvrir prochainement certains de ses établissements pour leur service drive et livraison. Un comportement irresponsable de la direction dénoncé par les employés et syndicats du géant de la restauration rapide.**

06/04 – VIDÉO **– Mercredi dernier, le documentaire**

À lire sur Atabula



Instagram : les chefs ont-ils perdu le fil ? (https://www.atabula.com/2020/04/07/instagram-chefs-grolet-ducasse-lignac-fil/)
7 avril 2020



Grolet, Passard, Lignac, Pic, Marx, Ducasse et les autres : comment ils actualisent leur fil Instagram depuis le confinement (https://www.atabula.com/2020/04/07/grolet-passard-lignac-pic-marx-ducasse-et-les-autres-comment-ils-actualisent-leur-fil-instagram-depuis-le-confinement/)
7 avril 2020



Bruno Verjus : « Au bout d'un moment, il faut entrer en résistance et dire : 'nous ne sommes pas d'accord avec vos propositions' » (https://www.atabula.com/2020/04/07/bruno-verjus-lettre-ouverte-resistance-coronavirus/)
7 avril 2020

À écouter



(https://www.atabula.com/2020/04/06/podcast-allo-confinee-avec-yves-camdeborde-le-plus-important-pour-moi-aujourdhui-cest-comment-gerer-lhumain-et-le-devenir-de-mes-salaries/)

_____



(https://www.atabula.com/2020/04/02/allo-confinee-avec-olivier-roellinger-notre-art-de-vivre-va-etre-totalement-bouleverse-profitons-en-pour-changer-dans-le-bon-sens/)

_____



(https://www.atabula.com/2020/04/01/podcast-allo-confinee-avec-lionel-beccat-esquisse-tokyo-rien-ne-sera-fait-pour-les-restaurants-au-japon-letat-et-les-medias-regarderont-ailleurs/)

_____



(https://www.atabula.com/2020/03/31/podcast-allo-confinee-avec-simon-mathys-manitoba-montreal-il-est-evident-que-ma-cuisine-va-evoluer-avec-

Les infos Toast



A l'école, une véritable matière dédiée à l'alimentation (https://www.atabula.com/2020/04/lecole-une-veritable-matiere-dediee-a-lalimentation/)



Instagramons… dans l'assiette de François Simon (https://www.atabula.com/2020/04/dans-lassiette-de-francois-simon/)



« J'aime mon bistrot », un fonds de solidarité pour soutenir l'hôtellerie-restauration (https://www.atabula.com/2020/04/mon-bistrot-un-fonds-de-solidarite-pour-soutenir-lhotellerie-restauration/)



L'hebdomadaire Le Un publie une tribune sur la sécurité alimentaire (https://www.atabula.com/2020/04/le-un-publie-une-tribune-sur-la-securite-alimentaire/)



Le confinement signerait-il le retour

Haut de page

Les Echos EXECUTIVES

Date : 06/04/2020
Heure : 11:37:14
Journaliste : Philippe Bertrand

business.lesechos.fr
Pays : France
Dynamisme : 10

Visualiser l'article

Covid-19 : des commerces s'organisent pour rouvrir

Visuel indisponible

Client attendant sa commande a l'extérieurRéouverture des magasins de bricolage Leroy Merlin avec un service spécifique de commande en ligne sur internet et retrait des marchandises sur rendez-vous en période de confinement dans le cadre de la lutte contre le Coronavirus, en périphérie de Nancy

De nombreux commerçants se battent pour le maintien, même partiel, du flux de leurs ventes Des chocolatiers rouvrent pour Pâques, les magasins de bricolage font du « click and collect », les horticulteurs font pression pour écouler leurs plantes.

Des chocolatiers rouvrent boutique pour Pâques. Les caves Nicolas relèvent leur rideau de fer. Les surgelés Picard ont consolidé leur chaîne d'approvisionnement et ne connaissent plus les ruptures de stocks qui ont entraîné la fermeture de plusieurs points de vente. Castorama et Leroy Merlin entretiennent - un peu - le flux de leurs activités grâce aux ventes en ligne. Les horticulteurs et les fleuristes se battent pour leur réouverture. Peu à peu, de nombreux commerçants organisent la poursuite de leur activité sans attendre le déconfinement.

Les premiers ont été les distributeurs qui, bien que déclarés « essentiels » , ont dû interrompre leurs activités. La Fédération des magasins de bricolage s'est battue pour que ses adhérents figurent sur la liste de ceux qui pouvaient ouvrir. Malgré cela, les grandes surfaces de « do-it-yourself » sont restées portes closes . « Le bricolage est un métier de conseil. Il y a une interaction forte entre les clients et nos conseillers. Ceux-ci doivent être protégés » , expliquait aux « Echos » Matthieu Pivain, président de la FMB.

Quelques jours plus tard, les deux leaders, Leroy Merlin et Castorama annonçaient la réouverture des points de retrait des commandes en ligne. Beaucoup d'indépendants, Bricomarché ou Mr. Bricolage, ont continué leur service , dans un mode dégradé : ouverture le matin, certains jours dans la semaine. La profession entend permettre les réparations d'urgence.

Darty et la Fnac ont suivi le même chemin et ont fait basculer leur activité vers l'e- commerce , comme les vendeurs d'habillement.

Le printemps n'est pas confiné : c'est la saison des plantations !
Les horticulteurs et les jardineries, frappés de plein fouet par le confinement en pleine saison des plantations, ont remporté « une petite victoire » avec le revirement du gouvernement, qui vient d'autoriser la vente de plants potagers, qualifiés produits de première nécessité . Jusqu'à présent, seule la vente de produits pour animaux était autorisée.

La crise sanitaire « tombe en plein boom pour l'activité » , a constaté auprès de l'AFP le président en Nouvelle Aquitaine du Syndicat national des producteurs horticoles et pépiniéristes (SNPHP), Antoine Daganaud. Mickaël Mercier, président de Val'Hov, l'interprofession de l'horticulture, de la fleuristerie et du paysage,

Tous droits réservés à l'éditeur

branche qui représente 53.000 entreprises et 170.000 emplois , espère que « les directives vont s'assouplir avec la fin du confinement » .

D'ores et déjà, des producteurs indépendants ont pu rouvrir leurs serres , effectuer des livraisons ou organiser des systèmes de drive. D'autres se tournent vers les préfets qui, à certains endroits, peuvent adapter les règles. Le commerce spécialisé veut continuer à exister à côté des supermarchés qui tournent à plein.

DOSSIER SPECIAL
Coronavirus : entrepreneurs, comment faire face à la crise ?

Tous droits réservés à l'éditeur

Les Echos EXECUTIVES

Date : 06/04/2020
Heure : 15:06:06

business.lesechos.fr
Pays : France
Dynamisme : 10

Visualiser l'article

Covid-19 : Nicolas rouvre ses caves après les avoir sécurisées



Environ 300 des 500 caves Nicolas ont rouvert mercredi 1er avril.

Les magasins de vins peuvent ouvrir depuis le début de la crise. Ils sont considérés comme des commerces alimentaires essentiels. Pourtant, l'enseigne avait décidé de fermer les boutiques. Quinze jours plus tard, elles lèvent le rideau armées d'un protocole strict qui garantit le zéro contact.
La demande est là. *« Dans certains points de vente, les* ***volumes sont les mêmes qu'à Noël*** *»* , affirme Christopher Hermelin, la personne en charge de la communication et du marketing de Nicolas. La chaîne de cavistes a rouvert ses portes mercredi 1er avril et ce n'était pas un poisson d'avril. Environ 300 boutiques sur 500 ont levé le rideau avec des horaires qui fluctuent, soit le matin six jours sur sept, soit trois jours par semaine, à la discrétion des gérants mandataires.

La décision a pris deux semaines, deux semaines de réflexion et de construction d'un plan de sécurité qui rassure à la fois les exploitants et les clients. *« Dès le début, nous étions dans la liste des magasins alimentaires dont l'ouverture était autorisée . Mais nous avons voulu protéger le personnel et les acheteurs »* , explique Christopher Hermelin.

Le plan **limite l'entrée dans les magasins à une personne** et impose une distance de sécurité d'un mètre avec le vendeur. **Seul le paiement par carte bancaire est accepté** . Les clients n'ont pas le droit de toucher les bouteilles. Il reste dans une zone délimitée au sol. Le caviste ouvre et ferme la porte. Un **rideau de**

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

plastique transparent protège les caisses . *« Nous appliquons le principe du zéro contact »* , résume le dirigeant.

Cinq fois plus de commandes Internet

Les gérants mandataires sont assimilés à des salariés . Ils auraient a priori eu le bénéfice du chômage partiel si besoin en avait été. Mais la direction de Nicolas a d'emblée pris la décision de **verser les salaires de mars quoi qu'il arrive** .

Les commandes au téléphone et par Internet ont été multipliées par cinq sur le Web. *« Il y a à la fois une tendance au stockage, avec des gens qui achètent des cubes de 5 litres de côtes-du-Rhône ou de rosé, et des achats plus 'hédonistes' de personnes qui veulent se faire plaisir avec un bon vin en période de confinement , sans oublier tous les 'apéros' à distance »* , détaille Christopher Hermelin. Le panier moyen a augmenté de 13 %. Le dispositif que Nicolas a adopté paraît plus sûr à certains clients que celui des supermarchés où il y a plus de monde.

Nicolas ne connaît pas de problèmes d'approvisionnement. La centrale d'achat avait augmenté ses stocks au début de la crise, les magasins aussi. *« Et puis la filière viticole continue à vivre, même s'il y a parfois quelques difficultés logistiques »* , explique le porte-parole de la société. *« Nos caves sont des magasins de proximité. Les clients sont heureux de les voir ouvertes et les exploitants tiennent à conserver ce qui fait leur force, le conseil et le lien social »* , conclut-il. En France, plus qu'ailleurs, le vin peut-être considéré comme un produit essentiel à la population.

Tous droits réservés à l'éditeur

la Nouvelle République DU CENTRE-OUEST
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 180176

Date : 06 avril 2020

tours

en bref

COMMERCE

Le caviste Nicolas a rouvert rue Nationale

L'enseigne nationale de cavistes a rouvert la semaine dernière son magasin de la rue Nationale, selon un dispositif sanitaire strict. *« Nous avons installé un sas d'entrée. Les clients entrent un par un et ne peuvent être que deux en même temps à l'intérieur. Un circuit a également été mis en place afin qu'ils ne puissent pas se croiser »*, explique Patrick Veillard, gérant de la boutique. Les clients ont également pour consigne de ne toucher à rien, seul le personnel (deux employés équipés de masque) y est habilité. Du gel hydroalcoolique est disponible, et une distanciation de deux mètres est imposée.
Confinement oblige, la fréquentation est quasi nulle depuis la semaine dernière. A noter que le second magasin tourangeau, situé place du Grand-Marché, reste fermé pour le moment.

Tous droits réservés à l'éditeur

Les Echos

Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 122744

Page non disponible



Date : 06 avril 2020
Page de l'article : p.8-9
Journaliste : Philippe Bertrand

ENTREPRISES

De nombreux commerces s'organisent pour poursuivre leur activité

- De nombreux commerçants se battent pour le maintien, même partiel, du flux de leurs ventes.
- Des chocolatiers rouvrent pour Pâques, les magasins de bricolage font du « click & collect », les horticulteurs font pression pour écouler leurs plantes.

DISTRIBUTION

Philippe Bertrand
@BertralPhilippe

Des chocolatiers rouvrent boutique pour Pâques. Les caves Nicolas relèvent leur rideau de fer. Les surgelés Picard ont consolidé leur chaîne d'approvisionnement et ne connaissent plus les ruptures de stocks qui ont entraîné la fermeture de plusieurs points de vente. Les opticiens ont élaboré un système de garde. Castorama et Leroy Merlin entretiennent – un peu – le flux de leurs activités grâce aux ventes en ligne. Les horticulteurs et les fleuristes se battent pour leur réouverture. Peu à peu, de nombreux commerçants organisent la poursuite de leur activité sans attendre le déconfinement.

Les premiers ont été les distributeurs qui, bien que déclarés « *essentiels* », ont dû interrompre leurs activités. La Fédération des magasins de bricolage s'est battue pour que ses adhérents puissent continuer d'ouvrir. Mais, les grandes surfaces de « do-it-yourself » sont restées portes closes. « *Le bricolage est un métier de conseil. Il y a une interaction forte entre les clients et nos conseillers. Ceux-ci doivent être protégés* », expliquait aux « Echos » Mathieu Pivain, président de la FMB.

Quelques jours plus tard, les deux leaders, Leroy Merlin et Castorama, annonçaient la réouverture des points de retrait des commandes en ligne. Beaucoup d'indépendants, Bricomarché ou Mr. Bricolage, ont continué leur service, dans un mode dégradé : ouverture le matin, certains jours dans la semaine. La profession entend permettre les réparations d'urgence.

Darty et la FNAC ont suivi le même chemin et fait basculer leur activité vers l'e-commerce, comme dans l'habillement.

La saison des plantations

Les horticulteurs et les jardineries, frappés de plein fouet en pleine saison des plantations, ont remporté « *une petite victoire* » avec le revirement du gouvernement, qui vient d'autoriser la vente de plants potagers, qualifiés produits de première nécessité. La crise sanitaire « *tombe en plein boom pour l'activité* », a constaté auprès de l'AFP le président en Nouvelle Aquitaine du Syndicat national des producteurs horticoles et pépiniéristes (SNPHP), Antoine Daganaud. Mikaël Mercier, président de Val'Hor, l'interprofession de l'horticulture, de la fleuristerie et du paysage, branche qui représente 53.000 entreprises et 170.000 emplois, espère que « *les directives vont s'assouplir avec la fin du confinement* ».

Le commerce spécialisé veut continuer à exister à côté des supermarchés qui tournent à plein. ■

Tous droits réservés à l'éditeur

Les Echos

Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 122744

Date : 06 avril 2020
Page de l'article : p.8-9
Journaliste : Philippe Bertrand



Chez Leroy Merlin et Castorama, les points de retrait des commandes en ligne sont ouverts. *Photo Fred Marvaux/RÉA.*

Tous droits réservés à l'éditeur

Les Echos

Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 122744





Date : 06 avril 2020
Page de l'article : p.2
Journaliste : Philippe Bertrand

ENTREPRISES

Nicolas rouvre ses caves après les avoir sécurisées

Considérés comme des commerces essentiels, les magasins de vins peuvent ouvrir depuis le début de la crise. Pourtant, l'enseigne leader en France avait fermé ses boutiques. Elles ont rouvert la semaine dernière, armées d'un protocole strict qui garantit le zéro contact.

Philippe Bertrand
@BertralPhilippe

La demande est là. « *Dans certains points de vente, les volumes sont les mêmes qu'à Noël* », affirme Christopher Hermelin, la personne en charge de la communication et du marketing de Nicolas. La chaîne de cavistes a rouvert ses portes mercredi et ce n'était pas un poisson d'avril. Environ 300 boutiques sur 500 ont levé le rideau avec des horaires qui fluctuent, soit le matin six jours sur sept, soit trois jours par semaine, à la discrétion des gérants mandataires.

La décision a pris deux semaines, deux semaines de réflexion et de construction d'un plan de sécurité qui rassure à la fois les exploitants et les clients. « *Dès le début, nous étions dans la liste des magasins alimentaires dont l'ouverture était autorisée. Mais nous avons voulu protéger le personnel et les acheteurs* », explique Christopher Hermelin.

Le plan limite l'entrée dans les magasins à une personne et impose une distance de sécurité d'un mètre avec le vendeur. Seul le paiement par carte bancaire est accepté. Les clients n'ont pas le droit de toucher les bouteilles. Il reste dans une zone délimitée au sol. Le caviste ouvre et ferme la porte. Un rideau de plastique transparent protège les caisses. « *Nous appliquons le principe du zéro contact* », résume le dirigeant.

Les gérants mandataires sont assimilés à des salariés. Ils auraient a priori eu le bénéfice du chômage partiel si besoin en avait été. Mais la direction de Nicolas a d'emblée pris la décision de verser les salaires de mars quoi qu'il arrive.

Cinq fois plus de commandes Internet

Les commandes au téléphone et par Internet ont été multipliées par cinq sur le Web. « *Il y a à la fois une tendance au stockage, avec des gens qui achètent des cubes de 5 litres de côtes-du-rhône ou de rosé, et des achats plus "hédonistes" de personnes qui veulent se faire plaisir avec un bon vin en période de confinement, sans oublier tous les "apéros" à distance* », détaille Christopher Hermelin. Le panier moyen a augmenté de 13 %. Le dispositif que Nicolas a adopté paraît plus sûr à certains clients que celui des supermarchés où il y a plus de monde.

Nicolas ne connaît pas de problèmes d'approvisionnement. La centrale d'achat avait augmenté ses stocks au début de la crise, les magasins aussi. « *Et puis la filière viticole continue à vivre, même s'il y a parfois quelques difficultés logistiques* », explique le porte-parole de la société.

« *Nos caves sont des magasins de proximité. Les clients sont heureux de les voir ouvertes et les exploitants tiennent à conserver ce qui fait leur force, le conseil et le lien social* », conclut-il. En France, plus qu'ailleurs, le vin peut être considéré comme un produit essentiel à la population. ■

Tous droits réservés à l'éditeur



Interflora a repris ses livraisons. Image par Shirley Hirst de Pixabay / Image par Shirley Hirst de Pixabay

Publié le 06/04/2020 à 16:26
/
Modifié le 07/04/2020 à 08:27

10 commentaires 221 partages Coronavirus

CONSOMMATION

McDonald's, Leroy Merlin, Brico Dépôt, Interflora... ces enseignes qui rouvrent progressivement en drive

Le 14 mars dernier Emmanuel Macron ordonnait la fermeture des commerces dits non essentiels. Nombre d'enseignes nationales, pourtant autorisées à rester ouvertes, comme des restaurants à emporter ou en livraison, ont pourtant décidé de suivre le mouvement, notamment lorsque le confinement généralisé est entré en vigueur le 17 mars. Depuis quelques jours, certaines commencent à reprendre leur activité, notamment sous forme de drive. Petit tour d'horizon.

McDonald’s

Contraint de fermer ses restaurants, le géant de la restauration rapide avait toujours l’autorisation de poursuivre son activité de drive et de livraison à domicile qu’il avait finalement décidé d’interrompre après l’entrée en vigueur du confinement. Mais depuis

quelques jours, McDonald's réfléchit aux modalités qui pourraient lui **permettre de reprendre l'activité en drive et en livraison**. L'enseigne test en ce sens "guide opérationnel visant à renforcer significativement les mesures sanitaires pour (son) personnel et (ses) clients".

Pizza Hut/KFC

Après avoir interrompu leur activité, les deux enseignes du groupe Yum doivent reprendre progressivement du service. Le 31 mars, Pizza Hut a en effet annoncé le retour de la livraison à domicile avec un système permettant de recevoir sa commande à domicile sans entrer en contact avec le livreur.

> *[Livraison sans contact] Certains Pizza Hut sont en mesure de vous livrer à nouveau en toute sécurité grâce à la livraison sans contact.*
>
> *Bon appétit !#livraisonsanscontact #pizzahutfr pic.twitter.com/v4SKjSOxZ3*
>
> *— Pizza Hut France (@pizzahutfr) March 31, 2020*

Chez KFC, un dispositif sanitaire renforcé est testé avec l'appui de professionnels de santé et d'experts en infectiologie dans "quelques restaurants pilotes" sur les canaux du drive et de la livraison à domicile. *"Cette nouvelle organisation sanitaire prévoit notamment une expérience client sans contact au drive et en livraison à domicile, un menu réduit pour simplifier nos opérations, préférence pour le paiement sans contact, limitation du nombre d'employés en cuisine pour éviter les croisements, fréquence augmentée du nettoyage des surfaces et le respect constant des gestes barrières et des distances minimum",* détaille le groupe.

Nicolas

Autorisés à ouvrir, comme tous les cavistes,les 500 magasins Nicolas avaient tout de même fermé leurs portes dès le 14 mars. L'enseigne teste néanmoins "un plan de sécurité" qui n'autorise l'entrée dans les magasins que d'un client à la fois. Ce dernier a par ailleurs interdiction de toucher aux bouteilles et seuls les paiements par carte bancaire sont acceptés. Les réouvertures seront ainsi progressives. Nicolas développe en outre un système de drive piéton dans certains de ses magasins et poursuit la livraison à domicile.

▲ Le caviste Nicolas rouvre progressivement. - Capture d'écran

Leroy Merlin

Si Leroy Merlin n’a pas rouvert ses magasins alors qu’il en avait le droit, l’enseigne spécialisée dans le bricolage a mis en place un système de drive avec retrait sans contact en plus de la livraison à domicile depuis le 24 mars. Ce service est limité aux produits de première nécessité et de dépannage, soit 6824 références disponibles sur 50.000. Leroy Merlin précise que ce service n’est assuré que par des équipes volontaires. 20 personnes maximum peuvent travailler sur site. Les magasins de Rivesaltes et Perpignan proposent ce service.

Retrouvez les explications de l'enseigne dans la vidéo ci-dessous.

Castorama/Brico Dépôt

Ces deux enseignes du groupe Kingfisher ont fait le choix de ne pas rouvrir leurs magasins pour assurer la sécurité de leurs clients et collaborateurs. Toutefois, certains magasins ont installé sur leurs parkings de certains un drive destiné là encore à l'achat de produits de première nécessité (sur la base du volontariat). C'est le cas des magasins Brico Dépôt de Carcassonne et Claira (liste complète **ici**).

Brico Dépôt explique dans la vidéo ci-dessous les modalités de son drive

Chez Castorama, pour l'heure 77 magasins proposent le système de drive dont l'enseigne explique le fonctionnement ci-dessous.

Interflora

Comme les restaurateurs ou les opticiens, les fleuristes ne sont pas autorisés à accueillir les clients en magasin. Mais comme les restaurants ou autre métiers de bouche, ils peuvent continuer à effectuer des livraisons que ce soit à domicile ou par exemple, pour des couronnes mortuaires remises aux organisateurs d'obsèques. Interflora a ainsi décidé de relancer son service de prise de commandes. L'enseigne annonce ainsi sur Twitter "*Suite à l'épidémie de Covid-19, la filière horticole française est très durement touchée. Afin de soutenir les producteurs de fleurs français et nos fleuristes,nous avons proposé, sur la base du volontariat, à certains de nos fleuristes parisiens de relancer leur activité.*
Cela ne veut pas dire que les boutiques des fleuristes seront ouvertes, elles resteront fermées.

Les fleuristes assureront uniquement les livraisons dans la journée sur Paris. Les livraisons dans le reste de la France sont possibles grâce à notre atelier à Orléans."
Interflora assure avoir "demandé à des fleuristes 'volontaires' " et s'engage à respecter trois conditions :

- nous privilégierons le fleuriste le plus proche du lieu de livraison
- le fleuriste travaillera dans sa boutique en limitant les contacts avec d'autres personnes
- le bouquet sera déposé devant la porte, sans contact avec le destinataire

Enfin, Interflora a décidé *"pour soutenir l'ensemble du corps médical durant cette période très difficile"* que *"3 € seront reversés à la Fondation de l'Assistance Publique - Hôpitaux de Paris pour chaque commande de bouquets réalisée par nos fleuristes"*

> *Certains de nos fleuristes ré-ouvrent à Paris (uniquement pour la livraison)*
> *On vous explique tout ci-dessous \|u2764\|ufe0f**#Covid_19***
> *\|u2b07\|ufe0f\|u2b07\|ufe0f\|u2b07\|ufe0f\|u2b07\|ufe0f\|u2b07\|ufe0f\|u2b07\|*
>
> *— Interflora (@Interflora)* ***April 6, 2020***



En direct : Le point sur la situation à Paris et en Île de France

CORONAVIRUS : INTERFLORA, NICOLAS, LEROY MERLIN, KFC... L'ACTIVITÉ REPREND POUR PLUSIEURS ENSEIGNES

TOUT LE LUXE
PARIS

COMMUNIQUEZ
sur Sortiraparis



Partager Tweeter Épingle

Par Caroline J. · Publié le 6 avril 2020 à 14h12 · Mis à jour le 6 avril 2020 à 14h14

Depuis la mise en place du confinement en France, de nombreuses enseignes ont fermé leurs portes. Aujourd'hui, plusieurs d'entre elles ont décidé de reprendre leurs activités sous différentes formes, comme le Drive et la livraison sans contact. Interflora, Nicolas ou encore Pizza

Hut, Leroy Merlin et KFC… on fait le point sur ces enseignes qui rouvrent.

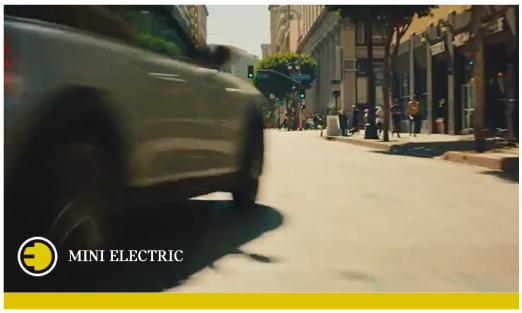
Le 17 mars dernier, les **mesures de confinement** ont contraint de nombreuses enseignes à fermer leurs portes. Seuls les **commerces de première nécessité** ont à ce jour l'autorisation d'ouvrir. Si certains d'entre eux ont tout de même fait le choix, dans un premier temps, de suspendre leur activité malgré l'autorisation d'ouvrir partiellement par décret, plusieurs d'entre eux annoncent la reprise d'une partie de leur service, tout en respectant bien évidemment les **règles sanitaires**. On fait le point sur ces **enseignes de restauration, de bricolage ou encore de fleuriste** qui proposent de nouveau leur **service** en cette période de **confinement**.

McDonald's, Pizza Hut, Domino's Pizza, KFC... les enseignes de restauration

Mc Donald's a par exemple rouvert quelques-uns de ses restaurants pour tester, via un guide soumis à un comité scientifique d'experts en infectiologie et virologie, les **bonnes pratiques** et permettre de relancer au niveau national son **service de vente à emporter** via le **Drive** et la **livraison à domicile**. L'entreprise a annoncé, le 2 avril, être en effet en train de tester des bonnes pratiques sanitaires exceptionnelles dans quinze lieux pilotes avec du personnel volontaire. Selon nos confrères de **Les Échos**, 3 de ces établissements tests seraient situés en île-de-France, tandis que les 12 autres sont prétendument dans l'Ouest.

Pour les amateurs de pizza, sachez que **Pizza Hut** a de son côté annoncé, le 31 mars, le retour de la **livraison à domicile sans contact**.

PUBLICITÉ



NOUVELLE MINI ELECTRIC.
PASSIONNÉMENT SURVOLTÉE.

Domino's Pizza a également rouvert certains de ses magasins, depuis le 1er avril, afin de permettre la **commande à emporter** et la **livraison sans contact** grâce à des mesures sanitaires très strictes. Découvrez la liste des magasins Domino's Pizza ouverts.

Pour sa part, **KFC** teste actuellement un **dispositif sanitaire renforcé**, en collaboration avec des professionnels de santé et des experts en infectiologie dans "*quelques restaurants pilotes*". Objectif ? Proposer les **services de Drive et de livraison à domicile sans contact**. "*Cette nouvelle organisation sanitaire prévoit notamment une expérience client sans contact au drive et en livraison à domicile, un menu réduit pour simplifier nos opérations, préférence pour le paiement sans contact, limitation du nombre d'employés en cuisine pour éviter les croisements, fréquence augmentée du nettoyage des surfaces et le respect constant des gestes barrières et des distances minimum*", a ainsi précisé le groupe.

Bien évidemment, il est impossible de se restaurer dans les salles de restaurant de ces différentes enseignes puisque le

AGENDA

<< AVRIL 2020 >>

L	M	M	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			



Soyez le premier de vos amis à aimer ça.

confinement n'autorise que les **activités de livraisons et de Drive**.

Nicolas rouvre plusieurs de ses magasins avec un plan de sécurité strict

Autre enseigne à revenir pour proposer ses services ? **Nicolas**, qui avait fait le choix de fermer ses 500 magasins français et, ce, malgré l'arrêté qui autorisait les cavistes à ouvrir pendant le confinement. Après deux semaines de fermeture, l'enseigne annonce avoir mis en place et testé un **plan de sécurité** visant à respecter la distanciation sociale. Parmi les mesures mises en place et précisées par **LSA**, on note : un seul client à la fois dans le magasin, l'ouverture et la fermeture de la porte du magasin par le caviste, m'interdiction pour les clients de toucher aux bouteilles et d'accéder aux rayons, des paiements par carte bancaire uniquement, une distance d'un mètre entre les clients et le caviste à respecter. Les ouvertures des boutiques **Nicolas** se feront de manière progressive. Découvrez donc si le Nicolas près de chez vous est ouvert. Par ailleurs, **Nicolas** poursuit la **livraison à domicile** et a développé le **Drive Piéton** où vous pouvez passer commande sur le site de l'enseigne et récupérer vos bouteilles en cave, tout en respectant les règles mises en place et les gestes barrières.

Leroy Merlin, Castorama, Brico Dépôt... les enseignes de bricolage développent le Drive

À lire aussi

ConfinementLecture.com : le site internet de l'édition numérique

Coronavirus : la situation à Paris et en Île-de-France, masques et restrictions sportives ?

Coronavirus : les consignes et recommandations sanitaires à Paris

Coronavirus : la situation en France ce mardi 7 avril

Autre domaine d'activité à reprendre du service ? Le **bricolage** avec notamment **Leroy Merlin** qui a mis en place un **système de Drive** avec une commande en ligne et un **retrait sans contact**. Pour le moment, plus de **6 000 produits de première nécessité** et de **dépannage** sont disponibles via ce service, en plus bien sûr de la livraison à domicile.

Comment ça marche ? Une fois la commande validée et payée en ligne, il faut récupérer le bon de commande sur son smartphone. Ensuite, une prise de rendez-vous en ligne est nécessaire pour récupérer sa commande qui se fait sur le parking du magasin. Une fois garé, Leroy Merlin vous demande de patienter dans votre voiture et d'attendre le départ du conseiller, qui aura au préalable déposer la commande au pied du coffre de la voiture, pour récupérer le colis.

Notez qu'une **organisation particulière** est mise en place pour les magasins de proximité à Paris.

Toujours dans le domaine du bricolage, sachez que **Castorama** et **Brico Dépôt** ont-elles aussi mis en place un **système de Drive** sur le parking de certains de leurs magasins, uniquement pour les produits de première nécessité là encore.

Les boutiques et dépôts sont fermés mais les commandes en ligne sont possibles. Le retrait des commandes s'effectue sous 48 heures dans l'un des Drives ouverts pour l'occasion et sans contact.

Ainsi, **Brico Dépôt** précise avoir « *pris toutes les mesures nécessaires pour éviter tout contact entre clients et collègues ainsi qu'entre les collègues eux-mêmes, en établissant de nouveaux protocoles très stricts* ». Sachez aussi que les collaborateurs présents sont **volontaires** et vous reçoivent du lundi au samedi entre 8h et 15h. Découvrez la liste des dépôts éligibles au retrait sans contact.

De son côté, **Castorama** propose aussi le **retrait sans**

contact gratuit des produits commandés en ligne, dans certains de ses magasins ainsi que le **retrait sans contact piéton**.

Interflora rouvre progressivement son réseau de fleuristes à partir du 7 avril

Enfin, la chaîne de fleuriste **Interflora** a annoncé, via la publication d'un communiqué le 3 avril dernier, une reprise de son activité sur la base du **volontariat**, tout en respectant bien sûr les règles sanitaires mises en place pour lutter contre le coronavirus.

Interflora compte donc rouvrir progressivement son réseau de fleuristes à compter du 7 avril 2020, en privilégiant tout d'abord l'Ile-de-France puis les autres régions par la suite. « *Alors que la moitié de la planète est en confinement, il existe une demande locale et internationale pour la fleur coupée et les plantes, pour les besoins du deuil, de l'achat pour soi, et de la transmission florale. La période est aussi très importante pour le chiffre d'affaires des fleuristes, avec des fêtes florales majeures qui arrivent dont la fête des mères dans 2 mois, qu'il faut préparer dès aujourd'hui.* » s'est ainsi justifié **Interflora** via ce communiqué.

« *Nous avons travaillé avec des acteurs référents du marché pour offrir une gamme réduite favorisant les producteurs français pour qui la poursuite de l'activité peut être un enjeu vital* » a rajouté **Interflora**.

Attention, là encore, les boutiques des fleuristes Interflora ne seront pas ouvertes. Seules les commandes seront possibles sur le **site**, à récupérer en mode commande et livraison sans contact.

Interflora a également tenu à préciser que livraison de bouquet représentera un don de 3 euros à la **Fondation de l'Assistance Publique - Hôpitaux de Paris**.

Référencez votre événement, votre établissement, ou « Boostez » votre publication en cliquant ici.
Captivez de nouveaux clients grâce à l'offre média sur les sorties la plus efficace à Paris, cliquez ici.

INFORMATIONS PRATIQUES

Mots-clé : réouverture, nicolas, leroy merlin, Drive, mc do, caviste, Boutiques ouvertes, Pizza Hut, KFC, interflora, domino s pizza, Magasins Ouverts, fleuriste, coronavirus, service de livraison, confinement, Castorama, première nécessité, enseigne de restauration, enseigne de bricolage, Brico Dépôt, Mc donald, livraison sans contact, sans contact, commande sans contact, livraison parking, service drive, réouverture Nicolas, retrait sans contact, livraison fleur confinement

À LIRE AUSSI...

Coronavirus : Les enseignes de bricolage se mettent au "drive"

Coronavirus : vers une réouverture des Mc Do en France ?

COMMENTAIRES

1 commentaire Trier par Les plus anciens

Ajouter un commentaire...

Christine Piguel
est de que les marches sur Paris vont ouvrir ?
J'aime · Répondre · 20 h

plugin Commentaires Facebook

Aujourd'hui Demain

Ce week-end Semaine prochaine

Coronavirus : comment utiliser l'attestation de déplacement
Dès ce lundi 6 avril 2020, vous allez pouvoir présenter votre nouvelle attestation de

Coronavirus : les expositions virtuelles à découvrir pendant le
Si vous pensiez être en manque d'expo pendant cette épidémie de coronavirus, détrompez vous ! On

Confinement : Festival Je Reste à La Maison, le programme des
Une semaine de concerts à suivre en live sur Facebook ! C'est le bon plan musical proposé par le festival

Affinez votre recherche

LES DERNIERS CITY-GUIDES

Coronavirus : Que faire aujourd'hui, mardi 7 avril 2020, en

Les bons plans à la maison ce week end du 10 au 12 avril 2020

Coronavirus : Les bons plans de la semaine du 6 au 12

Toutes nos invitations de la semaine du 6 avril 2020

Tous les guides : Actualités >

Décision-Achats.fr

Date : 06/04/2020
Heure : 10:12:38
Journaliste : François Perrin

www.decision-achats.fr
Pays : France
Dynamisme : 3

Visualiser l'article

[Avis d'expert] Approvisionnement : déglobaliser constitue-t-il la seule leçon à tirer de la crise du Covid -19 ?

visuel indisponible Les dernières semaines que nous avons vécues et celles qui vont venir mettent à rude épreuve les chaînes d'approvisionnement de nos entreprises. Et remettent en question les dogmes qui pouvaient exister en la matière. L'Asie, si loin... si près...

Au commencement, quand on pensait encore que la crise sanitaire liée au Covid-19 se cantonnerait grosso modo (comme les précédentes) à la zone asiatique, les entreprises françaises, une fois les premières sueurs froides passées, se sont rassurées avec une certaine raison: l'épidémie a eu lieu en pleine période du Tet ; les commandes avaient été anticipées, il était possible d'amortir le choc sans trop de problème... et de louer la formidable capacité de résilience de l'économie chinoise qui finirait bien par repartir avec le rythme effréné auquel elle nous a habitués.

On a vu se développer des discours vantant aussi bien les mesures prises préventivement pour se prémunir au maximum d'une crise économique que les enseignements que l'on pourrait en tirer. Maîtriser ses risques d'approvisionnement liés aux fournisseurs exotiques, réduire son impact CO2, participer à la réindustrialisation de l'Europe et de la France, la question de notre souveraineté technologique apparaissant parfois en filigrane. Des stratégies de régionalisation des achats ont ainsi déjà cours dans certaines grandes entreprises.

Mais la démarche ne saurait être envisagée à court terme en réaction à une crise. **(Re)créer un réseau de sous-traitants performants en local, cela prend du temps, car il faut identifier les fournisseurs, auditer ses contrats, faire une analyse de risque en fonctions de ses attendus, et de ses lead-times, mettre en place des grilles d'analyse, certifier les produits...** Et cette démarche doit impérativement continuer à permettre de bénéficier d'un coût complet bas. Pas évident sur certains marchés, tant les coûts de production asiatique peuvent être compétitifs.

"Ils ne mouraient pas tous, mais tous étaient frappés"
Si chacun avait en tête l'interdépendance issue du modèle de mondialisation actuel, l'effet domino induit aurait été minoré en raison de l'éloignement des sources d'approvisionnement.

Le développement de l'épidémie en Italie puis en France nous a ramenés à une tout autre réalité : avoir un sourcing local ne constitue en aucune façon une garantie. La question s'est déplacée du registre géographique à celui du risk-management. Mes fournisseurs ont-ils un Plan de Continuité de l'Activité ? Quelle est la **solidité de la chaîne logistique amont et aval** (plus difficile à maîtriser, comme en témoigne chaque grève du secteur routier). Make or Buy ? Avant son rachat par Rémy Martin au début des années 80, la chaîne de magasins Nicolas fonctionnait en quasi autarcie sur son site de Charenton : imprimerie intégrée pour les étiquettes et les brochures commerciales, garage automobile pour les réparations du parc de camions de livraisons, chaîne d'embouteillage... Plus personne ne songerait à adopter une telle organisation aujourd'hui. **Nos entreprises sont condamnées à acheter.**

Des remèdes qui apparaissent comme des injonctions paradoxales ?
Finalement, quand l'objectif est de baisser l'impact potentiel d'une crise sanitaire sur notre activité économique les solutions qui s'offrent à nous de façon pragmatique peuvent se résumer ainsi :

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

- **déglobaliser en modifiant son sourcing pour aller vers plus de local et sans doute des marchés partagés qui permettent de diluer le risque de défaillance du fournisseur. Mais l'entreprise est-elle prête à accepter une légère hausse de coût en contrepartie ?**

- **augmenter son niveau de stock. Ce levier est sans doute l'amortisseur le plus pertinent face au type de crise actuelle, au moins à court terme.**

Il s'agirait alors d'un vrai changement de paradigme et une évolution des fondamentaux car, **depuis de nombreuses années, voire des décennies, la chasse au stock et la course au prix d'achat bas (même en coût complet) constituent les lois cardinales de la bonne gestion d'une entreprise**.

Face à ces paradoxes, sommes-nous prêts à perdre collectivement quelques points de rentabilité tous les ans pour ne pas en perdre 50 ou faire faillite une fois tous les 20 ou 30 ans ?

Souhaitons que le confinement auquel nous sommes astreints nous permette de prendre le temps de la réflexion sur l'évolution dans la durée de nos modèles d'approvisionnement.

Une fois la crise passée, la mémoire ne risque-t-elle pas de nous faire défaut rapidement ?

Tous droits réservés à l'éditeur

LesEchos.fr

Date : 05/04/2020
Heure : 13:23:52
Journaliste : Philippe Bertrand

www.lesechos.fr
Pays : France
Dynamisme : 100

Visualiser l'article

De nombreux commerces s'organisent pour poursuivre leur activité

De nombreux commerçants se battent pour le maintien, même partiel, du flux de leurs ventes Des chocolatiers rouvrent pour Pâques, les magasins de bricolage font du « click and collect », les horticulteurs font pression pour écouler leurs plantes.



Client attendant sa commande a l'extérieurRéouverture des magasins de bricolage Leroy Merlin avec un service spécifique de commande en ligne sur internet et retrait des marchandises sur rendez-vous en période de confinement dans le cadre de la lutte contre le Coronavirus, en périphérie de Nancy (Fred MARVAUX/REA)

Des chocolatiers rouvrent boutique pour Pâques. Les caves Nicolas relèvent leur rideau de fer. Les surgelés Picard ont consolidé leur chaîne d'approvisionnement et ne connaissent plus les ruptures de stocks qui ont entraîné la fermeture de plusieurs points de vente. Les opticiens ont élaboré un système de garde. Castorama et Leroy Merlin entretiennent - un peu - le flux de leurs grâce aux ventes en ligne. Les horticulteurs et les fleuristes se battent pour leur réouverture. Peu à peu, de nombreux commerçants organisent la poursuite de leur activité sans attendre le déconfinement.

Les premiers ont été les distributeurs qui bien que déclarés « essentiels » ont dû interrompre leurs activités. La Fédération des magasins de bricolage s'est battue pour que ses adhérents figurent sur la liste de ceux qui pouvaient ouvrir. Malgré cela, les grandes surfaces de « do-it-yourself » sont restées portes closes . «

Tous droits réservés à l'éditeur

www.lesechos.fr
Pays : France
Dynamisme : 100

Visualiser l'article

Le bricolage est un métier de conseil. Il y a une interaction forte entre les clients et nos conseillers. Ceux-ci doivent être protégés » expliquait aux « Echos » Matthieu Pivain, président de la FMB.

Quelques jours plus tard, les deux leaders, Leroy Merlin et Castorama annonçaient la réouverture des points de retrait des commandes en ligne. Beaucoup d'indépendants, Bricomarché ou Mr. Bricolage beaucoup ont continué leur service, dans un mode dégradé : ouverture le matin, certains jours dans la semaine. La profession entend permettre les réparations d'urgence.

La saison des plantations

Darty et la Fnac ont suivi le même chemin et ont fait basculer leur activité vers l'e-commerce, comme les vendeurs d'habillement.

Les horticulteurs et les jardineries, frappés de plein fouet par le confinement en pleine saison des plantations, ont remporté « une petite victoire » avec le revirement du gouvernement, qui vient d'autoriser la vente de plants potagers, qualifiés produits de première nécessité. Jusqu'à présent, seule la vente de produits pour animaux était autorisée. La crise sanitaire « tombe en plein boom pour l'activité », a constaté auprès de l'AFP le président en Nouvelle Aquitaine du Syndicat national des producteurs horticoles et pépiniéristes (SNPHP), Antoine Daganaud. Mickaël Mercier, président de Val'Hov, l'interprofession de l'horticulture, de la fleuristerie et du paysage, branche qui représente 53.000 entreprises et 170.000 emplois, espère que « les directives vont s'assouplir avec la fin du confinement ».

D'ores et déjà, des producteurs indépendants ont pu ouvrir leurs serres, effectuer des livraisons ou organiser des systèmes de drive. D'autres se tournent vers les préfets qui, à certains endroits, peuvent adapter les règles. Le commerce spécialisé veut continuer à exister à côté des supermarchés qui tournent à plein.

Philippe Bertrand

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Quotidien de Paris

Date : 04 avril 2020

Pays : FR
Périodicité : Quotidien

Trois semaine de bêtise, puis basta ?

Le réseau de cavistes Nicolas avait fermé tous ses magasins, alors que légalement ils pouvaient ouvrir. Après trois semaines à zéro (niveau intelligence aussi), sauf sur Internet, les 500 magasins français de cette filiale de Castel ont réouvert début avril, sans se presser, un seul client à la fois, paiement par CB.

Tous droits réservés à l'éditeur

www.ouest-france.fr
Pays : France
Dynamisme : 447

Visualiser l'article

Coronavirus. Dinard. Quels sont les commerces encore ouverts ?

L'Union du commerce a recensé les commerces encore en activité à Dinard. Certains sont ouverts au public, car considérés comme vendant des produits de première nécessité, mais des systèmes de livraison à domicile ont aussi été mis en place.

Les boulangers et pâtissiers

Philippe Renault, à Saint-Énogat. Tél. 02 99 46 14 35. Sophie Dufossé, place de la République. Tél. 02 99 46 92 66. Bout'Chou, à Saint-Énogat. Tél. 02 99 46 93 56. Maison Moreau, rue Levavasseur. Tél. 02 99 46 11 42. Chez Nonette, rue de Verdun. Tél. 02 23 17 99 76. Romain, place de l'Église. Tél. 02 99 46 11 97. Biscuits Joyeux, rue Gardiner. Tél. 02 99 16 04 71. Jarnouen, rue de la Gare. Tél. 02 99 46 12 15. Yann de Bretagne, place République. Une Histoire de pains, entrée Dinard. Tél. 02 99 48 65 36. Aux Délices de la place, à La Richardais. Tél. 02 23 15 63 95. Toutes les boulangeries font de la livraison à domicile.

Les cavistes livrent

Cavavin. Tél. 02 99 46 92 04. Cave d'Émeraude. Tél. 02 99 46 23 06. Maison Nicolas. Tél. 02 23 15 32 18.

Des plats à emporter

Le Fait Maison, boulevard Féart (tél. 02 99 46 48 88), et Via Pizza, 56, rue de la Gare (tél. 02 99 16 46 62), proposent des plats en emporter et des livraisons. La Cour de récré, rue du Maréchal-Leclerc (tél. 02 99 80 63 85), propose uniquement des plats à emporter.

Les poissonneries

La Perle des grèves, 4, place de la République (livraison possible). Tél. 02 99 16 84 12. La Perle de l'océan, 33, rue du Haut-Chemin (livraison possible). Tél. 02 99 48 78 89. Le Saumonier, la Ville-ès-Passant. Tél. 02 99 56 02 13.

Les boucheries

Le Moine, rue Gardiner (livraison possible). Tél. 02 99 46 15 83. Clément, place de la République (livraison possible). Tél. 02 99 46 11 49. Boucherie de Saint-Énogat. Tél. 02 99 46 12 91. Charcuterie Ruellan, rue Levavasseur. Tél. 02 99 56 33 45.

Les pharmacies

Pharmacie du Prieuré, place de l'Église. Tél. 02 99 46 11 38. Pharmacie de la Côte d'Émeraude, rue Gardiner. Tél. 02 99 46 10 91. Pharmacie Saint-Énogat. Tél. 02 99 46 10 44. Pharmacie Centrale, boulevard Féart. Tél. 02 99 46 88 04. Pharmacie Galivel, place de la Poste. Tél. 02 99 46 12 04. Pharmacie Saint-Alexandre. Tél. 02 99 46 59 44. Pharmacie de garde. Tél. 32 37.

La presse, tabac

0zkWEbNro08hgaheaxm8lIYAPl0lpADEy_KrQqij2bOcn2wAYXEmKPsbwFaeY8XJ_VdmeU1gBCDCU2uTHRXE8gL_issJSkH4CP00mPDzxKsEZjli

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Le Narguilé, rue de la Paix. Tél. 02 99 46 76 55. La Maison de la presse, place de la République. Tél. 02 99 46 12 57. Le Beaurivage, place de l'Église. Tél. 02 99 46 14 34. Le Balto, place Newquay. Tél. 02 99 16 93 59. Les Remparts, Saint-Alexandre. Tél. 02 99 46 58 16. Le Yucca, Saint- Énogat. Tél. 02 99 46 14 39. Le Brazza, place de la République. Tél. 02 99 46 54 77.

Les épiceries supermarchés

Les épiceries et supermarchés sont ouverts et proposent un service de livraison à domicile. Carrefour City, rue Levavasseur. Tél. 02 99 46 14 74. Carrefour Market Saint-Alexandre. Tél. 02 99 46 59 86. Clos des Vergers, Saint-Énogat. Tél. 02 99 46 45 48. Intermarché mairie. Tél. 02 23 16 76 65. Le 6e Sens, rue Maréchal-Leclerc. Tél. 02 23 18 40 59. Spar, place de la République. Tél. 02 99 16 05 55.

Les commerçants des halles

Boucherie la Concorde. Tél. 02 99 46 99 06. Boucherie Guitton. Tél. 02 99 46 22 62. Boucherie Provost. Tél. 02 99 16 86 03. Charcuterie Lepage. Tél. 06 38 49 31 72. Chez Françoise poissonnerie. Tél. 02 99 46 17 15. La Godaille poissonnerie. Tél. 07 60 89 69 31. La Marée dinardaise. Tél. 02 99 16 04 16. Rigoletto. Tél. 02 99 16 42 31. Paniez à riz. Tél. 02 99 46 90 14. Village Nature (légumes). Tél. 06 80 81 09 77. Maison Marie. Tél. 02 99 46 92 72. Maison Daniel. Tél. 02 99 16 90 46. Fromagerie Lechoux. Tél. 02 99 46 57 80. Fromagerie Lorent. Tél. 06 21 82 67 08. Boulangerie Hallier. Tél. 06 95 13 78 14. Compagnie Durand. Tél. 06 47 99 71 64. Maison Moreau. Tél. 02 99 46 11 42.

L'UCD aimerait la réouverture du marché extérieur

« Conscients de la gravité de la situation, nous nous efforçons plus que jamais de protéger la santé de ceux qui vivent, travaillent ou traversent notre ville, en vous incitant à limiter vos déplacements dans nos commerces : idéalement seul, une seule fois par semaine, en payant vos achats par carte sans contact et en respectant généralement tous les dispositifs mis en œuvre », rappelle Matthieu Gailly, le vice-président de l'Union du commerce.

Il poursuit : **« Nous savons que les élus de la Côte d'Émeraude se sont mobilisés pour maintenir nos halles et marchés, où la sécurité et les consignes sanitaires étaient respectées par tous ces derniers jours, et nous aimerions demander aux services de l'État de reconsidérer leur position pour le marché extérieur, pour que les différents commerces alimentaires soient traités de façon équitable, comme l'ont aussi demandé aussi les Amis du marché de Dinard. Cependant, l'heure est au combat contre le virus, et pas à la polémique. »**

Les halles de Dinard font partie des lieux commerciaux ouverts.

Ouest-France

0zkWEbNro08hgaheaxm8lIYAPI0IpADEy_KrQqij2bOcn2wAYXEmKPsbwFaeY8XJ_VdmeU1gBCDCU2uTHRXE8gL_issJSkH4CP00mPDzxKsEZjli

Tous droits réservés à l'éditeur

CB NEWSLETTER
COMMUNICATION & BUSINESS
Pays : FR
Périodicité : Quotidien





Date : 03 avril 2020
Page de l'article : p.53-56
Journaliste : AMELLE NEBIA ET VALENTINE PUAUX

LES MARQUES S'IMPLIQUENT

LE 02 AVRIL 2020 À 22:26

PAR AMELLE NEBIA ET VALENTINE PUAUX

Elles s'activent...Les marques s'adaptent, font face ou pas. Liste de certaines initiatives qui a retenu l'attention de la rédaction.

► 7 ans de recherche...C'est le temps qu'il a fallu à **Decathlon** pour imaginer son masque Easy Breath. L'objet était, est et restera dans l'histoire des objets cultes.

► Depuis le début du confinement Ecobranding (filiale de Royalties) accompagne le collectif **tissuni**, une association de confection de masques maisons par des couturières issues des grandes maisons. La plupart viennent de Chanel, Saint Laurent, Dior, Gaultier, Schiaparelli ou bien de l'Opéra de Paris, d'autres couturières ont aussi leur propre atelier. En une semaine, le collectif a réuni plus de 50 couturiers et couturières de toute la France, et produit plus de 500 masques qui ont été distribués gratuitement à des médecins, infirmières, aides-soignants, pharmaciens, policiers, boulangers, livreurs. Ecobranding accompagne le collectif dans la création et la communication de la marque solidaire. Création du nom, identité, site web, contenu social, RP , Packshot... Tout est fait maison par l'agence par et par sa fondation Ecobranding.

Tous droits réservés à l'éditeur

► **ManoMano**, spécialisé en européen sur le bricolage, la maison, la décoration et jardin (en ligne), a réalisé une étude auprès d' Harris Interactive afin de décrypter les tendances actuelles liées au confinement. Devant ces résultats (obtenus auprès de 1037 répondants, représentatifs de la population française âgée de 15 ans et plus, selon la méthode des quotas), ManoMano lance également un service gratuit : AlloMano, soit une aide personnalisée, composée de d'experts professionnels prêts à aider les Français confinés en ligne et au téléphone, en cas d'urgence/ dépannage.

► La **Maif** a décidé de faire bénéficier l'ensemble de ses sociétaires détenteurs d'un contrat d'assurance automobile des économies réalisées durant cette période de confinement. Le montant total est estimé à "environ cent millions d'euros". Les sociétaires ont la possibilité de percevoir la somme leur revenant ou de la reverser au profit des soignants, via la Fondation des Hôpitaux de Paris – Hôpitaux de France, au profit de la recherche, via l'Institut Pasteur ou au profit de l'action sociale, via le Secours Populaire.

► Selon une dépêche AFP, la plupart des « quelques » 500 magasins du caviste **Nicolas** vont rouvrir leurs portes en avril, après avoir pris des mesures pour empêcher la propagation du coronavirus. Jeudi en effet, l'enseigne indiquait avoir décidé de fermer chacun de ses magasins et « *poursuivi son activité via son service de livraison en ligne* ». Pendant cette période de fermeture, Nicolas a également mis en place un plan de sécurité testé dans des magasins volontaires, « *afin de protéger au mieux les clients et les collaborateurs* », avec pour obligation de n'autoriser que les paiements en carte bancaire.

► **Maisons du Monde** intensifie ses actions solidaires en répondant à l'appel de la Fondation des Femmes, par l'aménagement d'hébergements d'urgence pour les femmes victimes de violences conjugales (ainsi que leurs enfants). Un interlocuteur avec qui elle est en lien depuis 2015 pour soutenir cette cause. Aussi, l'enseigne annonce apporter son aide aux personnels soignants des hôpitaux, en annonçant leur faire don prochainement de produits de décoration et de mobilier, selon leurs besoins. Parmi ces objets, de la vaisselle, des coussins, des plaids et du mobilier. Enfin, Maisons du Monde soutient l'Italie, où l'enseigne est implantée

Tous droits réservés à l'éditeur

depuis 2007, en parallèle des engagements qu'elle maintient avec 25 ONG environnementales, via sa fondation Maisons du Monde; organisme qui évalue actuellement les conséquences du virus dans les régions du Sud, telles que le Cambodge ou l'Equateur pour évaluer les ressources dont elles ont / auront besoin.

► Les athlètes **adidas** français sont aussi de la partie, en s'impliquant autour d'une vente aux enchères en ligne intitulée « Athlètes et solidaires ». Un projet visant à collecter des fonds au profit de la Fondation Hôpitaux de Paris- Hôpitaux de France (soignants, patients et EHPAD) au travers de la vente de produits à trois bandes (maillots, chaussures et accessoires). Parmi celles qui ont pris part à cette initiative (une quarantaine), Vincent Gérard, gardien de but de l'équipe de France de Handball, Nikola Karabatic (handball) qui propose un maillot du FC Barcelone dédicacé et porté en compétition, Luka Karabatic (handball) avec un maillot dédicacé porté en Equipe de France, mais aussi Thierry Omeyer (handball) qui donne son maillot de gardien de l'Equipe de France dédicacé, porté lors des JO de RIO 2016. Enfin, Céline Dumerc (basketball) et Kristina Mladenovic (tennis) partagent, chacune une paire de baskets. C'est sans oublier la participation de deux rugbymen, Dimitri Szarzewski et Mathieu Bastareaud. La vente se passe ici et est organisée en collaboration avec la maison de ventes Drouot Estimations.

► De nombreux commerces étant fermés jusqu'au 15 avril, **PagesJaunes** prend l'initiative de lancer le site commerces-ouverts.pagesjaunes.fr, dédié aux magasins qui restent ouverts en cette période et autour de chez soi (horaires, conditions d'accueil, modalités de paiement, créneaux adaptés aux personnes fragiles, etc). Parmi les établissements concernés se trouvent les commerces alimentaires, les pharmacies, les banques, les stations-services ainsi que les bureaux de tabac-presse. Les contributions libres sont les bienvenues pour enrichir la plateforme. Les artisans-commerçants ont également la possibilité de mettre gratuitement à jour tous leurs contenus, via l'application **Solocal Manager**.

► Le suisse **Givaudan** (arômes et parfums) met en place des lignes de production dédiées à la fabrication de gel hydroalcoolique. Dans son usine située à Vernier, dans le canton de Genève, le groupe a mis en place une ligne de production qui permettra de fabriquer 60 tonnes de produit au cours des deux prochaines semaines. D'autres lignes de production vont également être installées dans les prochaines semaines aux Etats-Unis et en Europe, a-t-il précisé dans un communiqué. En France, Givaudan a pour l'instant produit plus de 850 kg dans son usine de Pomacle, dans le département de la Marne, pour approvisionner les hôpitaux de la région. Son site d'Avignon en a, lui, fait don de plus de 600 kg à des partenaires locaux et services d'assistance (avec l'AFP).

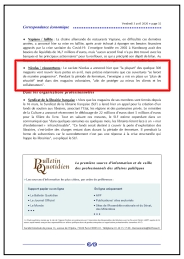
► **Le chiffre** : 1 salarié sur 5 est aujourd'hui aidé par l'Etat avec, notamment, le dispositif de chômage partiel. C'est quatre millions de personnes (source gouvernementale).

Tous droits réservés à l'éditeur

La Correspondance économique

Pays : FR
Périodicité : Quotidien





Date : 03 avril 2020
Page de l'article : p.32

♦ **Nicolas / réouvertures** : Le caviste Nicolas a annoncé hier que "la plupart" des quelque 500 magasins vont rouvrir leurs portes en avril, mais précise néanmoins que ces ouvertures "se feront de manière progressive". Pendant la période de fermeture, l'enseigne a mis en place un "plan de sécurité" testé dans des magasins volontaires, "afin de protéger au mieux les clients et les collaborateurs".

Tous droits réservés à l'éditeur

l'est-éclair

Date : 03 avril 2020

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 22877
Edition : L'Est Eclair

Nicolas va rouvrir ses 500 magasins

«La plupart» des quelque 500 magasins du caviste Nicolas vont rouvrir leurs portes en avril, après avoir pris des mesures visant à empêcher la propagation du coronavirus. A la suite des mesures de confinement décidées par le gouvernement, «Nicolas avait décidé de fermer chacun de ses magasins et avait poursuivi son activité via son service de livraison en ligne», explique l'enseigne. Ce, alors que les cavistes faisaient partie des commerces pouvant rester ouverts. Pendant cette période de fermeture, Nicolas a mis en place un «plan de sécurité» testé dans des magasins volontaires, «afin de protéger au mieux les clients et les collaborateurs». Il prévoit notamment de faire entrer un client à la fois dans le magasin, et de n'autoriser que les paiements en carte bancaire.«A la suite de ces mesures, la plupart des magasins vont pouvoir rouvrir en avril», explique encore Nicolas, qui précise que ces ouvertures «se feront de manière progressive».

0vdx2zwGXC4qgrFf9v1Yma-CHpnlpAeY8MCrVoEIKVLaLXLuTT2uNAm5C3Kd3FVv1ZjJ

Tous droits réservés à l'éditeur

fougeres.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 190

Visualiser l'article

Coronavirus. Dinard. Quels sont les commerces encore ouverts ?



Les halles de Dinard font partie des lieux commerciaux ouverts. © Ouest-France

L'Union du commerce a recensé les commerces encore en activité à Dinard. Certains sont ouverts au public, car considérés comme vendant des produits de première nécessité, mais des systèmes de livraison à domicile ont aussi été mis en place par 42 commerces.

Les boulangers et pâtissiers

Philippe Renault, à Saint-Énogat. Tél. 02 99 46 14 35. Sophie Dufossé, place de la République. Tél. 02 99 46 92 66. Bout'Chou, à Saint-Énogat. Tél. 02 99 46 93 56. Maison Moreau, rue Levavasseur. Tél. 02 99 46 11 42. Chez Nonette, rue de Verdun. Tél. 02 23 17 99 76. Romain, place de l'Église. Tél. 02 99 46 11 97. Biscuits Joyeux, rue Gardiner. Tél. 02 99 16 04 71. Jarnouen, rue de la Gare. Tél. 02 99 46 12 15. Yann de Bretagne, place République. Une Histoire de pains, entrée Dinard. Tél. 02 99 48 65 36. Aux Délices de la place, à La Richardais. Tél. 02 23 15 63 95. Toutes les boulangeries font de la livraison à domicile.

Les cavistes livrent

Cavavin. Tél. 02 99 46 92 04. Cave d'Émeraude. Tél. 02 99 46 23 06. Maison Nicolas. Tél. 02 23 15 32 18.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Des plats à emporter

Le Fait Maison, boulevard Féart (tél. 02 99 46 48 88), et Via Pizza, 56, rue de la Gare (tél. 02 99 16 46 62), proposent des plats en emporter et des livraisons. La Cour de récré, rue du Maréchal-Leclerc (tél. 02 99 80 63 85), propose uniquement des plats à emporter.

Les poissonneries

La Perle des grèves, 4, place de la République (livraison possible). Tél. 02 99 16 84 12. La Perle de l'océan, 33, rue du Haut-Chemin (livraison possible). Tél. 02 99 48 78 89. Le Saumonier, la Ville-ès-Passant. Tél. 02 99 56 02 13.

Les boucheries

Le Moine, rue Gardiner (livraison possible). Tél. 02 99 46 15 83. Clément, place de la République (livraison possible). Tél. 02 99 46 11 49. Boucherie de Saint-Énogat. Tél. 02 99 46 12 91. Charcuterie Ruellan, rue Levavasseur. Tél. 02 99 56 33 45.

Les pharmacies

Pharmacie du Prieuré, place de l'Église. Tél. 02 99 46 11 38. Pharmacie de la Côte d'Émeraude, rue Gardiner. Tél. 02 99 46 10 91. Pharmacie Saint-Énogat. Tél. 02 99 46 10 44. Pharmacie Centrale, boulevard Féart. Tél. 02 99 46 88 04. Pharmacie Galivel, place de la Poste. Tél. 02 99 46 12 04. Pharmacie Saint-Alexandre. Tél. 02 99 46 59 44. Pharmacie de garde. Tél. 32 37.

La presse, tabac

Le Narguilé, rue de la Paix. Tél. 02 99 46 76 55. La Maison de la presse, place de la République. Tél. 02 99 46 12 57. Le Beaurivage, place de l'Église. Tél. 02 99 46 14 34. Le Balto, place Newquay. Tél. 02 99 16 93 59. Les Remparts, Saint-Alexandre. Tél. 02 99 46 58 16. Le Yucca, Saint- Énogat. Tél. 02 99 46 14 39. Le Brazza, place de la République. Tél. 02 99 46 54 77.

Les épiceries supermarchés

Les épiceries et supermarchés sont ouverts et proposent un service de livraison à domicile. Carrefour City, rue Levavasseur. Tél. 02 99 46 14 74. Carrefour Market Saint-Alexandre. Tél. 02 99 46 59 86. Clos des Vergers, Saint-Énogat. Tél. 02 99 46 45 48. Intermarché mairie. Tél. 02 23 16 76 65. Le 6 e Sens, rue Maréchal-Leclerc. Tél. 02 23 18 40 59. Spar, place de la République. Tél. 02 99 16 05 55.

Les commerçants des halles

Boucherie la Concorde. Tél. 02 99 46 99 06. Boucherie Guitton. Tél. 02 99 46 22 62. Boucherie Provost. Tél. 02 99 16 86 03. Charcuterie Lepage. Tél. 06 38 49 31 72. Chez Françoise poissonnerie. Tél. 02 99 46 17 15. La Godaille poissonnerie. Tél. 07 60 89 69 31. La Marée dinardaise. Tél. 02 99 16 04 16. Rigoletto. Tél. 02 99 16 42 31. Paniez à riz. Tél. 02 99 46 90 14. Village Nature (légumes). Tél. 06 80 81 09 77. Maison Marie. Tél. 02 99 46 92 72. Maison Daniel. Tél. 02 99 16 90 46. Fromagerie Lechoux. Tél. 02 99 46 57 80. Fromagerie Lorent. Tél. 06 21 82 67 08. Boulangerie Hallier. Tél. 06 95 13 78 14. Compagnie Durand. Tél. 06 47 99 71 64. Maison Moreau. Tél. 02 99 46 11 42.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

L'UCD aimerait la réouverture du marché extérieur

« Conscients de la gravité de la situation, nous nous efforçons plus que jamais de protéger la santé de ceux qui vivent, travaillent ou traversent notre ville, en vous incitant à limiter vos déplacements dans nos commerces : idéalement seul, une seule fois par semaine, en payant vos achats par carte sans contact et en respectant généralement tous les dispositifs mis en œuvre » , rappelle Matthieu Gailly, le vice-président de l'Union du commerce.

Il poursuit : **« Nous savons que les élus de la Côte d'Émeraude se sont mobilisés pour maintenir nos halles et marchés, où la sécurité et les consignes sanitaires étaient respectées par tous ces derniers jours, et nous aimerions demander aux services de l'État de reconsidérer leur position pour le marché extérieur, pour que les différents commerces alimentaires soient traités de façon équitable, comme l'ont aussi demandé aussi les Amis du marché de Dinard. Cependant, l'heure est au combat contre le virus, et pas à la polémique. »**

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

McDonald's, Leroy Merlin, Nicolas: ces enseignes qui reprennent leur activité après avoir fermé



Voir les photos

Face à la propagation de l'épidémie de coronavirus, Emmanuel Macron ordonnait le 14 mars dernier la fermeture des commerces dits non essentiels. Certaines enseignes, pourtant autorisées à rester ouvertes, ont décidé de suivre le mouvement. D'autres ont dans un premier temps fermé leurs points de vente physiques mais poursuivi les services annexes de drive et de livraison à domicile avant que la mise en place du confinement sur l'ensemble du territoire national le 17 mars ne les pousse à cesser toute activité.

Depuis, plusieurs d'entre elles ont pris le temps de réfléchir à une nouvelle organisation permettant de conjuguer la reprise partielle de l'activité avec le respect des règles sanitaires. C'est par exemple le cas de certains fast-food et magasins de bricolage qui proposent à nouveau leurs services en ayant parfois recours à des solutions innovantes. Tour d'horizon.

> McDonald's

Contraint de fermer ses restaurants, le géant de la restauration rapide avait toujours l'autorisation de de poursuivre son activité de drive et de livraison à domicile qu'il avait finalement décidé d'interrompre après l'entrée en vigueur du confinement. Mais depuis quelques jours, McDonald's teste un "guide opérationnel visant à renforcer significativement les mesures sanitaires pour (son) personnel et (ses) clients" sur le canal du drive et de la livraison à domicile dans trois restaurants de la région parisienne et douze restaurants de l'Ouest de la France.

Ce guide validé par un Comité scientifique composé d'experts en infectiologie et virologie prévoit notamment le port du masque obligatoire pour l'ensemble du personnel, un marquage au sol pour respecter la distanciation

Tous droits réservés à l'éditeur

sociale, un renforcement de la fréquence de nettoyage des mains et des ustensiles ou encore l'interdiction du paiement en espèce. Le nombre de coursiers pour la livraison est également limité et un espace de remise de commande de livraison sécurisée a été mis en place dans chaque restaurant.

Ces nouvelles mesures sont appliquées par des équipes volontaires qui seront amenées à se prononcer sur la poursuite du test toutes les 48 heures. Si les résultats sont concluants, les services de drive et de livraison seront de nouveau accessibles dans une trentaine d'autres restaurants dans le cadre de la phase 2 du test.

> Pizza Hut/KFC
Après avoir interrompu leur activité, les deux enseignes du groupe Yum reprennent progressivement du service. Le 31 mars, Pizza Hut a en effet annoncé le retour de la livraison à domicile avec un système permettant de recevoir sa commande à domicile sans entrer en contact avec le livreur.

Chez KFC, un dispositif sanitaire renforcé est testé avec l'appui de professionnels de santé et d'experts en infectiologie dans "quelques restaurants pilotes" sur les canaux du drive et de la livraison à domicile. "Cette nouvelle organisation sanitaire prévoit notamment une expérience client sans contact au drive et en livraison à domicile, un menu réduit pour simplifier nos opérations, préférence pour le paiement sans contact, limitation du nombre d'employés en cuisine pour éviter les croisements, fréquence augmentée du nettoyage des surfaces et le respect constant des gestes barrières et des distances minimum", détaille le groupe.

En revanche, il n'est toujours pas possible de déjeuner dans les restaurants KFC et Pizza Hut puisque seules les activités de livraisons et de vente à emporter sont autorisées.

> Nicolas
Autorisés à ouvrir, les 500 magasins Nicolas avaient tout de même fermé leurs portes dès le 14 mars. "Depuis et pendant près de deux semaines, le réseau s'est mobilisé pour pouvoir mettre en place un plan de sécurité, permettant une réouverture de l'ensemble des points de vente", précise le caviste.

Testé par les points de vente volontaires, ce plan n'autorise l'entrée dans les magasins que d'un client à la fois. Ce dernier a par ailleurs interdiction de toucher aux bouteille et seuls les paiements par carte bancaire son acceptés.

Mercredi, les magasins Nicolas appliquant rigoureusement le plan sanitaire ont été autorisés à rouvrir en adaptant s'ils le souhaitent leurs horaires. Cela ne se fera néanmoins que de manière progressive. Pour l'heure, 297 des 500 points de vente ont repris leur activité au moins partiellement. L'enseigne développe en outre un système de drive piéton dans certains de ses magasins et poursuit la livraison à domicile.

> Leroy Merlin
Si Leroy Merlin n'a pas rouvert ses magasins alors qu'il en avait le droit, l'enseigne spécialisée dans le bricolage a mis en place un système de drive avec retrait sans contact en plus de la livraison à domicile depuis le 24 mars. Ce service est limité aux produits de première nécessité et de dépannage, soit 6824 références disponibles sur 50.000.

Une fois le panier commandé et payé en ligne, le retrait s'effectue sur le parking. Le client est invité à se garer sur la place qui lui est réservée afin qu'un conseiller dépose sa commande devant le coffre de sa voiture. C'est ensuite au client de descendre de son véhicule pour charger sa commande dans le coffre en s'assurant que le conseiller s'est éloigné.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Le drive de Leroy Merlin n'est assuré que par des équipes volontaires. 20 personnes maximum peuvent travailler sur site.

> Castorama/Brico Dépôt
Même logique pour les deux enseignes du groupe Kingfisher qui ont fait le choix de ne pas rouvrir leurs magasins pour assurer la sécurité de leurs clients et collaborateurs. A la place, elles ont installé sur les parkings de certains points de vente un drive destiné là-encore à l'achat de produits de première nécessité.

"On a essayé de réfléchir à une alternative. On peut tous avoir une fuite d'eau, ou une chaudière qui tombe en panne. Il fallait être en mesure de répondre à ces besoins", explique le groupe. Le retrait de la commande s'effectue sous 48 heures. Sur place, le client montre son bon à travers la vitre de sa voiture de manière à ce qu'il n'entre pas en contact direct avec les employés présents sur le site. La commande est ensuite déposée dans le coffre.

Ce service est proposé depuis le 24 mars par les magasins Castorama et Brico Dépôt sur la base du volontariat. Les points de vente situés dans les zones les moins touchées par l'épidémie ont été privilégiés pour mettre en place ce dispositif.

> Interflora
Comme les restaurateurs ou les opticiens, les fleuristes ne sont pas autorisés à accueillir les clients en magasin. Ils peuvent néanmoins assurer la réalisation de bouquets livrées à domicile ou de couronnes mortuaires remises aux organisateurs d'obsèques. Près de 10% des 12.000 fleuristes recensés en France ont décidé de poursuivre leur activité, observe leur fédération professionnelle. Et Interflora a décidé de relancer son service de prise de commandes à compter de mardi mais uniquement en Ile-de-France.

Tous droits réservés à l'éditeur

l'union

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 94689





Date : 03 avril 2020
Page de l'article : p.44

ÉCONOMIE

CONSOMMATION

Nicolas va rouvrir ses 500 magasins

« La plupart » des quelque 500 magasins du caviste Nicolas vont rouvrir leurs portes en avril, après avoir pris des mesures visant à empêcher la propagation du coronavirus. A la suite des mesures de confinement décidées par le gouvernement, *« Nicolas avait décidé de fermer chacun de ses magasins et avait poursuivi son activité via son service de livraison en ligne »*, explique l'enseigne. Ce, alors que les cavistes faisaient partie des commerces pouvant rester ouverts. Pendant cette période de fermeture, Nicolas a mis en place un *« plan de sécurité »* testé dans des magasins volontaires, *« afin de protéger au mieux les clients et les collaborateurs »*. Il prévoit notamment de faire entrer un client à la fois dans le magasin, et de n'autoriser que les paiements en carte bancaire.*« A la suite de ces mesures, la plupart des magasins vont pouvoir rouvrir en avril »*, explique encore Nicolas, qui précise que ces ouvertures *« se feront de manière progressive »*.



Des mesures strictes, comme le paiement obligatoire par carte, seront appliquées dans les magasins. AFP

Tous droits réservés à l'éditeur

NORD Littoral
LE JOURNAL DE LA COTE D'OPALE
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 7856



Date : 03 avril 2020

Nicolas va rouvrir ses 500 magasins

«La plupart» des quelque 500 magasins du caviste Nicolas vont rouvrir leurs portes en avril, après avoir pris des mesures visant à empêcher la propagation du coronavirus. A la suite des mesures de confinement décidées par le gouvernement, «Nicolas avait décidé de fermer chacun de ses magasins et avait poursuivi son activité via son service de livraison en ligne», explique l'enseigne. Ce, alors que les cavistes faisaient partie des commerces pouvant rester ouverts. Pendant cette période de fermeture, Nicolas a mis en place un «plan de sécurité» testé dans des magasins volontaires, «afin de protéger au mieux les clients et les collaborateurs». Il prévoit notamment de faire entrer un client à la fois dans le magasin, et de n'autoriser que les paiements en carte bancaire.«A la suite de ces mesures, la plupart des magasins vont pouvoir rouvrir en avril», explique encore Nicolas, qui précise que ces ouvertures «se feront de manière progressive».

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

McDonald's, Leroy Merlin, Nicolas: ces enseignes qui reprennent leur activité après avoir fermé



Bien qu'autorisées à ouvrir, au moins partiellement, plusieurs enseignes ont décidé de fermer leurs portes mi-mars. Après avoir réfléchi à la manière dont elles pouvaient continuer à proposer leurs services tout en respectant strictement les règles sanitaires, certaines d'entre elles ont repris leur activité sous diverses formes. Face à la propagation de l'épidémie de coronavirus, Emmanuel Macron ordonnait le 14 mars dernier la fermeture des commerces dits non essentiels. Certaines enseignes, pourtant autorisées à rester ouvertes , ont décidé de suivre le mouvement. D'autres ont dans un premier temps fermé leurs points de vente physiques mais poursuivi les services annexes de drive et de livraison à domicile avant que la mise en place du confinement sur l'ensemble du territoire national le 17 mars ne les pousse à cesser toute activité.

Depuis, plusieurs d'entre elles ont pris le temps de réfléchir à une nouvelle organisation permettant de conjuguer la reprise partielle de l'activité avec le respect des règles sanitaires. C'est par exemple le cas de certains fast-food et magasins de bricolage qui proposent à nouveau leurs services en ayant parfois recours à des solutions innovantes. Tour d'horizon.

> McDonald's

Contraint de fermer ses restaurants, le géant de la restauration rapide avait toujours l'autorisation de de poursuivre son activité de drive et de livraison à domicile qu'il avait finalement décidé d'interrompre après l'entrée en vigueur du confinement. Mais depuis quelques jours, McDonald's teste un "guide opérationnel visant à renforcer significativement les mesures sanitaires pour (son) personnel et (ses) clients" sur le canal

Tous droits réservés à l'éditeur

du drive et de la livraison à domicile dans trois restaurants de la région parisienne et douze restaurants de l'Ouest de la France .

Ce guide validé par un Comité scientifique composé d'experts en infectiologie et virologie prévoit notamment le port du masque obligatoire pour l'ensemble du personnel, un marquage au sol pour respecter la distanciation sociale, un renforcement de la fréquence de nettoyage des mains et des ustensiles ou encore l'interdiction du paiement en espèce. Le nombre de coursiers pour la livraison est également limité et un espace de remise de commande de livraison sécurisée a été mis en place dans chaque restaurant.

Ces nouvelles mesures sont appliquées par des équipes volontaires qui seront amenées à se prononcer sur la poursuite du test toutes les 48 heures. Si les résultats sont concluants, les services de drive et de livraison seront de nouveau accessibles dans une trentaine d'autres restaurants dans le cadre de la phase 2 du test.

> Pizza Hut/KFC
Après avoir interrompu leur activité, les deux enseignes du groupe Yum reprennent progressivement du service. Le 31 mars, Pizza Hut a en effet annoncé le retour de la livraison à domicile avec un système permettant de recevoir sa commande à domicile sans entrer en contact avec le livreur. Selon Les Echos , le drive et la livraison à domicile sont aussi disponibles dans certains restaurants KFC.

En revanche, il n'est toujours pas possible de déjeuner dans les restaurants KFC et Pizza Hut puisque seules les activités de livraisons et de vente à emporter sont autorisées.

> Nicolas

Autorisés à ouvrir, les 500 magasins Nicolas avaient tout de même fermé leurs portes dès le 14 mars. "Depuis et pendant près de deux semaines, le réseau s'est mobilisé pour pouvoir mettre en place un plan de sécurité, permettant une réouverture de l'ensemble des points de vente", précise le caviste.

Testé par les points de vente volontaires, ce plan n'autorise l'entrée dans les magasins que d'un client à la fois. Ce dernier a par ailleurs interdiction de toucher aux bouteille et seuls les paiements par carte bancaire son acceptés.

Mercredi, les magasins Nicolas appliquant rigoureusement le plan sanitaire ont été autorisés à rouvrir en adaptant s'ils le souhaitent leurs horaires. Cela ne se fera néanmoins que de manière progressive. Pour l'heure, 297 des 500 points de vente ont repris leur activité au moins partiellement. L'enseigne développe en outre un système de drive piéton dans certains de ses magasins et poursuit la livraison à domicile.

> Leroy Merlin

Si Leroy Merlin n'a pas rouvert ses magasins alors qu'il en avait le droit, l'enseigne spécialisée dans le bricolage a mis en place un système de drive avec retrait sans contact en plus de la livraison à domicile depuis

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

le 24 mars. Ce service est limité aux produits de première nécessité et de dépannage, soit 6824 références disponibles sur 50.000.

Une fois le panier commandé et payé en ligne, le retrait s'effectue sur le parking. Le client est invité à se garer sur la place qui lui est réservée afin qu'un conseiller dépose sa commande devant le coffre de sa voiture. C'est ensuite au client de descendre de son véhicule pour charger sa commande dans le coffre en s'assurant que le conseiller s'est éloigné.

Le drive de Leroy Merlin n'est assuré que par des équipes volontaires. 20 personnes maximum peuvent travailler sur site.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Nantes. Des commerces réouvrent, pas les marchés



Avec la poursuite du confinement – officiellement jusque mi-avril, en pratique au moins jusque fin avril, voire courant mai pour certaines activités – des commerces s'adaptent et réouvrent, avec des horaires adaptés. En revanche si les marchés rouvrent dans l'agglomération de Nantes, la maire socialiste de Nantes a décidé de les maintenir fermés sur la commune – une décision qui passe mal.

Rue Franklin, dans le quartier Graslin, signalons le caviste (9h-12h30 en semaine), le magasin de produits locaux ABC Terroirs (10-13h, 16-19h du lundi au jeudi, 10-14h, 15-19h les vendredis et samedis), et la boulangerie Lesaout (du lundi au samedi de 7h à 13h30, de 16 à 19h).

Un restaurant japonais, un caviste et Weldom rouvrent place Talensac
Place Talensac, le restaurant japonais Paku Paku réouvre en vente à emporter – cette semaine au moins, plus s'il y a de la demande. Jusque là, il n'y avait qu'un autre restaurant ouvert dans le centre, rue Buffon, et un autre quartier Dalby. Paku Paku sera ouvert de 12 à 14h du mardi au samedi, de 19h30 à 21h30 du jeudi au samedi ; pour les commandes, joindre le 02-40-35-74-91. Le caviste Nicolas rouvre lui aussi, de 9h30 à 12h30 et de 16 à 18h du lundi au samedi, de 10h à midi le dimanche ; un service de livraison est en prévision.

Tous droits réservés à l'éditeur

Toujours place Talensac, bonne nouvelle pour les bricoleurs obligés, confinés chez eux, les commerçants qui profitent de la fermeture forcée pour faire des travaux et ceux qui vont faire leurs courses en vélo, la quincaillerie Weldom réouvre, de 9h30 à 12h30 et de 14 à 17h du lundi au samedi. La vente n'est faite qu'au comptoir – dûment protégé par un Plexiglas – et les paiements en carte bancaire uniquement.

Rue Saint-Clément (Joffre) 3 restaurants rouvrent
Rue Saint-Clément (Joffre), trois restaurants rouvrent. Face à l'église, l'établissement de restauration rapide de 11 à 22 heures (commandes au 09.86.24.32.80), plus bas, le pizzaiolo et vendeur de pizzas à la part Frais et dispo rouvre en semaine de 18 à 22 heures (commandes au 02-51-81-54-93). Un peu plus bas, la pâtisserie orientale réouvre désormais le soir, et le vendeur de produits à base de CBD Sa-Tea-Va, les mercredis et samedis de 12 à 14h.

Tout en bas de la rue, le caviste a rouvert depuis ce mercredi – il ouvrira désormais de 10 à 15 heures du lundi au vendredi. Pour les commandes, joindre le 06-36-47-84-53, la livraison est offerte à partir de trois bouteilles achetées. En face, le restaurant de cuisine américaine et canadienne Shefferdville Brunch rouvre de 11 à 15h en vente à emporter uniquement.

Orvault : des livraisons de légumes et une charcuterie au Petit Chantilly
Les réouvertures de Nantes commencent à inspirer autour. A Orvault, le vendeur de légumes et de fruits du marché du bourg – toujours fermé, Momo, propose des livraisons à domicile. Contacter le 06.65.72.73.01 ; on nous signale aussi la réouverture de la charcuterie du Petit Chantilly, en semaine de 8h30 à 13h rue Félix Vincent. Cependant Orvault figure ce 2 avril sur la liste des marchés autorisés par la préfecture, on peut supposer que les marchés vont rouvrir.

Nantes : les marchés restent fermés « *sur décision municipale pour protéger les Nantais* »
Toujours en lice pour le second tour des municipales, entre les petits producteurs et les supermarchés, la maire sortante socialiste Johanna Rolland a choisi. Tous les marchés de Nantes restent fermés, « *sur décision municipale* », nous précise-t-on en mairie, « *pour protéger les* N *antais* ».

Ceux-ci sont donc libres de faire des kilomètres pour aller dans des communes voisines (Rezé, la Chapelle sur Erdre, Couëron, Sainte-Luce, Carquefou – où la maire avait pourtant prévu de ne pas demander de dérogation, Haute-Goulaine, les Sorinières, Orvault, le Pellerin, St Jean de Boiseau, Pont-Saint-Martin, Treillières…) où les marchés réouvrent. Peut-être est-il, d'après Johanna Rolland, moins risqué de se faire contaminer à Treillières plutôt qu'à Nantes puisque ce n'est pas sur sa commune… ou que les maires de ces communes s'intéressent vraiment au sort de leurs concitoyens et au devenir des petits producteurs ?

« Sur les marchés, il y a du courant d'air, et avec les mesures de la préfecture – espacement de 8 mètre des bancs, 15 commerçants au plus, un mètre entre les clients et la marchandise, mise à disposition de gel hydroalcoolique, sens unique de circulation, filtrage etc – les risques sanitaires sont limités au plus possible », relève une infirmière qui exerce dans le centre de Nantes. *« Quand je vais au supermarché, que je vois la cohue aux caisses, le filtrage qui semble parfois impossible, les gens touchent la marchandise, puis la remettent en rayon, la désinfection – bon ils font ce qu'ils peuvent mais ils ne peuvent pas désinfecter toute la marchandise, alors que le virus reste jusqu'à plusieurs jours sur certaines surfaces, franchement, il y a nettement plus de risques de contamination ».*

A ce jour, les marchés de Talensac, mais aussi d'après la mairie, de Saint-Joseph de Porterie et de Doulon ont mis en place un drive, avec quelques commerçants volontaires. Pour le marché de Talensac, commander

Tous droits réservés à l'éditeur

sur le site (www.marche-talensac.fr). Mais cela reste, selon un commerçant, *« un pis-aller. On a des commandes, mais on travaille bien moins qu'avec un marché ouvert. D'ailleurs, certains commerçants ont arrêté dès qu'ils ont pu vider leurs stocks, car on n'a aucune visibilité, et on se rend bien compte que les contacts avec la mairie de Nantes sont infructueux. Face à Carrefour ou Leclerc, on ne pèse pas, la mairie se fiche de nous ».*

Louis-Benoît Greffe

Crédit photos : DR
[cc] Breizh-info.com , 2020, dépêches libres de copie et de diffusion sous réserve de mention et de lien vers la source d'origine

Date : 03/04/2020
Heure : 08:40:23
Journaliste : Nicolas Gomont

www.radioclassique.fr
Pays : France
Dynamisme : 6

Visualiser l'article

Coronavirus : Nicolas rouvre ses magasins, sera-t-il suivi par les autres cavistes?



Les vendeurs de vins et spiritueux rouvrent leurs portes. Considérés comme des commerces alimentaires, ils n'avaient pas l'obligation de fermer mais avaient pris le temps de sécuriser l'accueil des clients. Les Français en profitent pour acheter.

Les cavistes Nicolas font figure d'exemple

Il y a quinze jours, au début du confinement, la plupart des magasins ou presque ont fermé en France. On a même eu des boutiques qui auraient pu rester ouvertes, mais qui ont baissé le rideau. C'est le cas des cavistes, pourtant considérés comme des magasins essentiels. De très nombreux marchands de vins et de spiritueux ont quand même décidé de rester porte close pour des raisons sanitaires.

Mais aujourd'hui, le petit commerce a réalisé que le confinement était parti pour durer et qu'il fallait s'adapter pour tenter de rouvrir. Pendant la crise, les affaires peuvent continuer et le bon exemple, c'est de regarder ce qu'on fait les magasins Nicolas. Ils ont décidé de rouvrir, mais en prenant des tas de précaution. A haute dose, l'alcool est un poison, mais le coronavirus lui aussi tue à petites doses.

Il ne faut donc pas faire n'importe quoi. Nicolas, qui gère un réseau d'environ 500 boutiques, n'oblige déjà aucun des gestionnaires de magasin à rouvrir. Pour l'instant, il n'y en a que 300 environ qui fonctionnent, et ils ont adapté leurs horaires.

Ne pas plonger la France dans une forme de prohibition
Certains ne seront ouverts que trois jours par semaine. D'autres, uniquement le matin. Et puis, on entre un par un dans le magasin, sans toucher la poignée, puisque c'est le caviste qui gère la porte. On doit rester au milieu du magasin et ne toucher à rien. On est obligé de payer en carte et la caisse est protégée derrière un

Tous droits réservés à l'éditeur

rideau en plastique. On minimise ainsi les risques. Comme on ne peut plus aller boire un coup au bistro ou au restaurant, les ventes d'alcool devraient augmenter dans la distribution.

Les premiers chiffres montrent que les cavistes vendent bien. Cela ressemble même à la période de Noël. La demande est diversifiée : les clients demandent à la fois du rosé ou du côte du Rhône, comme de bonnes bouteilles pour se faire plaisir. On ne note pas d'excès particuliers. La France a fait le choix de pays comme les Etats-Unis ou le Canada. On se dit qu'il faut bien sûr consommer avec modération, mais qu'il ne faut pas non plus sevrer le pays.

Le risque – les autorités le savent – c'est que l'excès d'alcool provoque une hausse des violences domestiques. Mais en même temps, plonger la France dans une sorte de prohibition ne serait pas souhaitable et pour les cavistes, qui restent concurrencés par la vente sur Internet qui continue de prendre des commandes, ils devraient alors affronter une concurrence déloyale.

Tous droits réservés à l'éditeur

Les magasins Nicolas vont rouvrir au mois d'avril

3 avril 2020 - Yves DENJEAN



« Après avoir pris des mesures sanitaires pour limiter la propagation du coronavirus, la plupart des quelque ***500 magasins du caviste Nicolas*** vont rouvrir leurs portes en avril », a annoncé **l'enseigne** dans un communiqué publié ce jeudi. Et ce, de manière progressive. La chaîne de cavistes du **groupe Castel** a notamment élaboré un « plan de sécurité, afin de protéger au mieux les clients et les collaborateurs ». Testée dans des points de vente volontaire, **cette procédure** prévoit de faire entrer un client à la fois et de n'accepter que des paiements en carte bancaire. Pour rappel, **les cavistes** font partie de la liste des commerces autorisés à ouvrir pendant le confinement.

À lire sur le même sujet

Castel réorganise sa force de vente en GMS
12 décembre 2014

Pierre Castel s'offre le château Beychevelle, Barrières Frères et le Savour Club
15 février 2011

400 millions d'euros de profits pour le groupe Castel
30 mars 2009

Nicolas lance un concept dédié à la bière artisanale
8 octobre 2019

Vins : Nicolas organise une collecte de bouchons usagés
6 juin 2013

Ce mois-ci dans Rayon Boissons



J'achète le numéro

Je m'abonne

J'accède à la boutique

13, square du Chêne germain
35510 CESSON-SEVIGNE
Tel : 02.99.32.21.21

1001 INFOS

Date : 02/04/2020
Heure : 13:35:24

1001infos.net
Pays : France
Dynamisme : 143

Visualiser l'article

Coronavirus : La chaîne de cavistes Nicolas va rouvrir avec des mesures de sécurité



Sameer Al-DOUMY / AFP

Après avoir pris des mesures sanitaires pour limiter la propagation du coronavirus, « la plupart » des quelque 500 magasins du caviste Nicolas vont rouvrir leurs portes en avril, a annoncé l'enseigne dans un communiqué publié ce jeudi.

A la suite des mesures de confinement décidées par le gouvernement, même si les cavistes faisaient partie des commerces autorisés à ouvrir, « Nicolas avait décidé de fermer chacun de ses magasins et avait poursuivi son activité via son service de livraison en ligne », explique l'enseigne dans un communiqué.

Un seul client et des paiements uniquement en carte
Pendant cette période de fermeture, Nicolas a mis en place un « plan de sécurité » testé dans des magasins volontaires, « afin de protéger au mieux les clients et les collaborateurs ». Il prévoit notamment de faire entrer un client à la fois dans le magasin, et de n'autoriser que les paiements en carte bancaire.

« A la suite de ces mesures, la plupart des magasins vont pouvoir rouvrir en avril », explique encore le communiqué de Nicolas, qui précise que ces ouvertures « se feront de manière progressive ».

Bordeaux

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Coronavirus à Bordeaux : « On est dans le flou »… Le marché du vin suspendu à la fin de l'épidémie

Monde

Coronavirus : Pas le droit d'acheter plus de 12 bouteilles de vin à la fois en Australie

Tous droits réservés à l'éditeur

portail.free.fr
Pays : France
Dynamisme : 651

Visualiser l'article

Le caviste Nicolas va rouvrir ses magasins

Visuel indisponible

Des mesures ont été prises « afin de protéger au mieux les clients et les collaborateurs ».

« La plupart » des quelque 500 magasins du caviste Nicolas vont rouvrir leurs portes en avril, après avoir pris des mesures visant à empêcher la propagation du coronavirus, a annoncé l'enseigne dans un communiqué jeudi. A la suite des mesures de confinement décidées par le gouvernement, « Nicolas avait décidé de fermer chacun de ses magasins et avait poursuivi son activité via son service de livraison en ligne », explique l'enseigne dans un communiqué. Ce, alors que les cavistes faisaient partie des commerces pouvant rester ouverts.

Ouvertures « de manière progressive »

Pendant cette période de fermeture, Nicolas a mis en place un « plan de sécurité » testé dans des magasins volontaires, « afin de protéger au mieux les clients et les collaborateurs ». Il prévoit notamment de faire entrer un client à la fois dans le magasin, et de n'autoriser que les paiements en carte bancaire. « A la suite de ces mesures, la plupart des magasins vont pouvoir rouvrir en avril », explique encore le communiqué de Nicolas, qui précise que ces ouvertures « se (…)

Lire la suite

Tous droits réservés à l'éditeur

vitre.maville.com
Pays : France
Dynamisme : 190

Visualiser l'article

Dinard - Coronavirus. Dinard. Quels sont les commerces encore ouverts ?



Les halles de Dinard font partie des lieux commerciaux ouverts.© Ouest-France

L'Union du commerce a recensé les commerces encore en activité à Dinard. Certains sont ouverts au public, car considérés comme vendant des produits de première nécessité, mais des systèmes de livraison à domicile ont aussi été mis en place.

Les boulangers et pâtissiers

Philippe Renault, à Saint-Énogat. Tél. 02 99 46 14 35. Sophie Dufossé, place de la République. Tél. 02 99 46 92 66. Bout'Chou, à Saint-Énogat. Tél. 02 99 46 93 56. Maison Moreau, rue Levavasseur. Tél. 02 99 46 11 42. Chez Nonette, rue de Verdun. Tél. 02 23 17 99 76. Romain, place de l'Église. Tél. 02 99 46 11 97. Biscuits Joyeux, rue Gardiner. Tél. 02 99 16 04 71. Jarnouen, rue de la Gare. Tél. 02 99 46 12 15. Yann de Bretagne, place République. Une Histoire de pains, entrée Dinard. Tél. 02 99 48 65 36. Aux Délices de la place, à La Richardais. Tél. 02 23 15 63 95. Toutes les boulangeries font de la livraison à domicile.

Les cavistes livrent

Cavavin. Tél. 02 99 46 92 04. Cave d'Émeraude. Tél. 02 99 46 23 06. Maison Nicolas. Tél. 02 23 15 32 18.

Des plats à emporter

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Fait Maison, boulevard Féart (tél. 02 99 46 48 88), et Via Pizza, 56, rue de la Gare (tél. 02 99 16 46 62), proposent des plats en emporter et des livraisons. La Cour de récré, rue du Maréchal-Leclerc (tél. 02 99 80 63 85), propose uniquement des plats à emporter.

Les poissonneries

La Perle des grèves, 4, place de la République (livraison possible). Tél. 02 99 16 84 12. La Perle de l'océan, 33, rue du Haut-Chemin (livraison possible). Tél. 02 99 48 78 89. Le Saumonier, la Ville-ès-Passant. Tél. 02 99 56 02 13.

Les boucheries

Le Moine, rue Gardiner (livraison possible). Tél. 02 99 46 15 83. Clément, place de la République (livraison possible). Tél. 02 99 46 11 49. Boucherie de Saint-Énogat. Tél. 02 99 46 12 91. Charcuterie Ruellan, rue Levavasseur. Tél. 02 99 56 33 45.

Les pharmacies

Pharmacie du Prieuré, place de l'Église. Tél. 02 99 46 11 38. Pharmacie de la Côte d'Émeraude, rue Gardiner. Tél. 02 99 46 10 91. Pharmacie Saint-Énogat. Tél. 02 99 46 10 44. Pharmacie Centrale, boulevard Féart. Tél. 02 99 46 88 04. Pharmacie Galivel, place de la Poste. Tél. 02 99 46 12 04. Pharmacie Saint-Alexandre. Tél. 02 99 46 59 44. Pharmacie de garde. Tél. 32 37.

La presse, tabac

Le Narguilé, rue de la Paix. Tél. 02 99 46 76 55. La Maison de la presse, place de la République. Tél. 02 99 46 12 57. Le Beaurivage, place de l'Église. Tél. 02 99 46 14 34. Le Balto, place Newquay. Tél. 02 99 16 93 59. Les Remparts, Saint-Alexandre. Tél. 02 99 46 58 16. Le Yucca, Saint- Énogat. Tél. 02 99 46 14 39. Le Brazza, place de la République. Tél. 02 99 46 54 77.

Les épiceries supermarchés

Les épiceries et supermarchés sont ouverts et proposent un service de livraison à domicile. Carrefour City, rue Levavasseur. Tél. 02 99 46 14 74. Carrefour Market Saint-Alexandre. Tél. 02 99 46 59 86. Clos des Vergers, Saint-Énogat. Tél. 02 99 46 45 48. Intermarché mairie. Tél. 02 23 16 76 65. Le 6 e Sens, rue Maréchal-Leclerc. Tél. 02 23 18 40 59. Spar, place de la République. Tél. 02 99 16 05 55.

Les commerçants des halles

Boucherie la Concorde. Tél. 02 99 46 99 06. Boucherie Guitton. Tél. 02 99 46 22 62. Boucherie Provost. Tél. 02 99 16 86 03. Charcuterie Lepage. Tél. 06 38 49 31 72. Chez Françoise poissonnerie. Tél. 02 99 46 17 15. La Godaille poissonnerie. Tél. 07 60 89 69 31. La Marée dinardaise. Tél. 02 99 16 04 16. Rigoletto. Tél. 02 99 16 42 31. Paniez à riz. Tél. 02 99 46 90 14. Village Nature (légumes). Tél. 06 80 81 09 77. Maison Marie. Tél. 02 99 46 92 72. Maison Daniel. Tél. 02 99 16 90 46. Fromagerie Lechoux. Tél. 02 99 46 57 80. Fromagerie Lorent. Tél. 06 21 82 67 08. Boulangerie Hallier. Tél. 06 95 13 78 14. Compagnie Durand. Tél. 06 47 99 71 64. Maison Moreau. Tél. 02 99 46 11 42.

L'UCD aimerait la réouverture du marché extérieur

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

« Conscients de la gravité de la situation, nous nous efforçons plus que jamais de protéger la santé de ceux qui vivent, travaillent ou traversent notre ville, en vous incitant à limiter vos déplacements dans nos commerces : idéalement seul, une seule fois par semaine, en payant vos achats par carte sans contact et en respectant généralement tous les dispositifs mis en œuvre » , rappelle Matthieu Gailly, le vice-président de l'Union du commerce.

Il poursuit : **« Nous savons que les élus de la Côte d'Émeraude se sont mobilisés pour maintenir nos halles et marchés, où la sécurité et les consignes sanitaires étaient respectées par tous ces derniers jours, et nous aimerions demander aux services de l'État de reconsidérer leur position pour le marché extérieur, pour que les différents commerces alimentaires soient traités de façon équitable, comme l'ont aussi demandé aussi les Amis du marché de Dinard. Cependant, l'heure est au combat contre le virus, et pas à la polémique. »**

Ouest-France

Tous droits réservés à l'éditeur

02/04/2020 08:29:40

Coronavirus: le caviste Nicolas a rouvert avec des mesures de sécurité

"La plupart" des quelque 500 magasins du caviste Nicolas vont rouvrir leurs portes en avril, après avoir pris des mesures visant à empêcher la propagation du coronavirus, a annoncé l'enseigne dans un communiqué jeudi.

A la suite des mesures de confinement décidées par le gouvernement, "Nicolas avait décidé de fermer chacun de ses magasins et avait poursuivi son activité via son service de livraison en ligne", explique l'enseigne dans un communiqué. Ce, alors que les cavistes faisaient partie des commerces pouvant rester ouverts.

Pendant cette période de fermeture, Nicolas a mis en place un "plan de sécurité" testé dans des magasins volontaires, "afin de protéger au mieux les clients et les collaborateurs". Il prévoit notamment de faire entrer un client à la fois dans le magasin, et de n'autoriser que les paiements en carte bancaire.

"A la suite de ces mesures, la plupart des magasins vont pouvoir rouvrir en avril", explique encore le communiqué de Nicolas, qui précise que ces ouvertures "se feront de manière progressive".

cda/tq/spi

Tous droits réservés à l'éditeur

ENTREPRISES ET MARCHÉS

Le caviste Nicolas va rouvrir ses magasins

ALCOOL

+ SUIVRE

6MEDIAS
PUBLIÉ LE 02/04/2020 À 20H21
MIS À JOUR LE 02/04/2020 À 20H24



Pixabay

Des mesures ont été prises "afin de protéger au mieux les clients et les collaborateurs".

"La plupart" des quelque 500 magasins du caviste Nicolas vont rouvrir leurs portes en avril, après avoir pris des mesures visant à empêcher la propagation du coronavirus, a annoncé l'enseigne dans un communiqué jeudi. A la suite des mesures de confinement décidées par le gouvernement, "Nicolas avait décidé de fermer chacun de ses magasins et avait poursuivi son activité via son service de livraison en ligne", explique l'enseigne dans un communiqué. Ce, alors que les cavistes faisaient partie des commerces pouvant rester ouverts.

>> A lire aussi - Malgré le contexte, Leclerc poursuit ses foires aux vins

Ouvertures "de manière progressive"

Pendant cette période de fermeture, Nicolas a mis en place un "plan de sécurité" testé dans des magasins volontaires, "afin de protéger au mieux les clients et les collaborateurs". Il prévoit notamment de faire entrer un client à la fois dans le magasin, et de n'autoriser que les paiements en carte bancaire. "A la suite de ces mesures, la plupart des magasins vont pouvoir rouvrir en avril", explique encore le communiqué de Nicolas, qui précise que ces ouvertures "se feront de manière progressive".

Cette décision a été prise alors que la demande en vin et autres alcool est toujours présente en cette période de confinement selon **Les Echos**. "Dans certains points de vente, les volumes sont les mêmes qu'à Noël" selon Christopher Hermelin, en charge de la communication et du marketing de Nicolas, interrogé par nos confrères. 300 des quelques 500 établissements Nicolas auraient rouvert depuis le 1er avril, avec des horaires qui varient selon les magasins.

>> A lire aussi - Vin de Bordeaux : la crise s'aggrave fortement, manque de main d'oeuvre en vue

Plus de 5 000 morts en France, dont au moins 884 dans les maisons de retraite et Ehpad

L'épidémie de coronavirus continue sa progression dans le monde. Retrouvez notre suivi des évéments de vendredi

Par L'Obs avec AFP

Publié le 02 avril 2020 à 08h56
Mis à jour le 02 avril 2020 à 22h22

Temps de lecture 13 min



Partager

- 471 morts ont été recensées en France lors des 24 dernières heures, a annoncé Jérôme Salomon jeudi soir. C'est un bilan légèrement inférieur à celui de la veille qui s'établissait à 507 décès.
- 26 246 personnes étaient actuellement hospitalisées en France pour une infection de Covid-19. *« 6 399 patients sont en situation grave, nécessitant des soins de réanimation »* a précisé jeudi soir le directeur général de la Santé, Jérôme Salomon.
- Plus de 5 000 morts ont été enregistrées dans le pays
- Le déconfinement ne se fera « probablement » pas en une seule fois a averti Edouard Philippe, évoquant plusieurs scénarios. Il devrait préciser ces hypothèses dans son intervention télévisée ce jeudi soir sur TF1.

Retrouvez notre suivi des événements de jeudi :

22h. Des *« tensions très fortes »* sur certains médicaments, selon Philippe

ANNONCE

Bourse : Investir en 2020

Dossier spécial crise : Les 5 règles d'or à absolument connaître pour profiter de la crise

OUVRIR



Fil info

14:40
Covid-19: au Panama, des jours de sortie distincts pour hommes et femmes

14:25
Coronavirus: Amazon annonce des mesures sanitaires face à la grogne sociale

14:21
Ce que vous risquez si vous partez en vacances ce week-end

Tout voir

Les plus lus



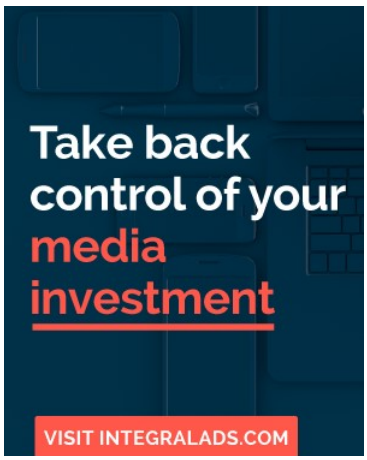
1 Le gouvernement mettra en place une attestation de déplacement sur smartphone dès lundi



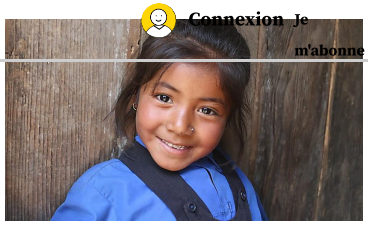
2 EN DIRECT. 452 patients Covid-19 de plus en réanimation en 24 heures (contre 458 la veille)



3 Plus de 5 000 morts en France, dont au moins 884 dans les maisons de retraite et Ehpad



Edouard Philippe a reconnu jeudi des *« tensions très fortes »* sur certains médicaments nécessaires aux services de réanimation et de soins intensifs, dues à une demande *« inouïe »* dans le monde confronté à la pandémie.


PUBLICITÉ Plan International
En 2020, 12M de filles seront mariées de force. Parrainez une fille

21h45. Décision sur les municipales le 23 mai

Interrogé sur la tenue du second tour, le Premier ministre a promis sur TF1 une réponse le 23 mai. « *Si ce n'est pas possible d'organiser le 2e tour, si nous constatons que ce n'est pas possible, alors il faudra décaler les élections, peut-être en octobre, peut-être après »*, a-t-il affirmé.

21h40. Philippe penche pour une dose de contrôle continu au bac 2020

Pour le Premier ministre, il est *« acquis »* que les élèves de Terminale *« ne pourront pas passer les épreuves du bac dans des conditions normales. Il est acquis définitivement que les épreuves ne pourront pas se dérouler au mois de juin comme d'habitude, ni au mois de juillet. »*

Edouard Philippe a indiqué sur TF1 que les épreuves devront être organisées sur un mode neuf, et qu'il penchait pour une notation *« sous le format du contrôle continu total des deux premiers trimestres »*. Il a également évoqué la possibilité d'une épreuve organisée fin juin complétant ce contrôle continu. Jean-Michel Blanquer devrait préciser ces modalités *« très bientôt »*.

21h05. Plus d'un million de cas du nouveau coronavirus officiellement recensés dans le monde

Le cap symbolique d'un million de cas officiellement déclarés de nouveau coronavirus dans le monde a été franchi jeudi vers 19h, selon un comptage réalisé par l'AFP à partir de sources officielles.

Au moins 1 000 036 cas d'infection, parmi lesquels 51 718 décès, ont été détectés dans 188 pays et territoires, notamment aux Etats-Unis (234 462 cas, dont 5 607 morts), où la pandémie progresse actuellement le plus rapidement, en Italie (115 242 cas), pays le plus durement touché en nombre de décès avec 13 915 morts, en Espagne (110 238 cas, dont 10 003 morts) et en Chine (81 589 cas, dont 3 318 morts), berceau de la pandémie.

21h20. Le déconfinement sera probablement « progressif », selon Philippe

> *« Ce qui est à peu près acquis c'est que ce déconfinement ne pourra se faire que de façon progressive, a déclaré le Premier ministre sur TF1. Pourquoi ? Pour éviter qu'ensuite, nous soyons frappés par une deuxième vague. »*

Ce déconfinement n'est d'ailleurs *« pas pour demain matin »*, a-t-il assuré. *« C'est la logique du confinement qui doit prévaloir au moins jusqu'au 15 avril et peut-être plus longtemps, probablement plus longtemps »*.

20h35. Edouard Philippe en interview

Le Premier ministre Edouard Philippe répond en ce moment aux questions des journalistes et des intervenants de TF1.

20h35. Les soignants applaudis partout dans le monde

C'est un geste qui a, presque naturellement, fait le tour du monde. De Paris à Singapour, en passant par Beyrouth ou encore New York, des millions de personnes confinées ouvrent tous les jours leurs fenêtres pour applaudir les soignants, en première ligne dans la lutte contre le Covid-19, comme vous pouvez le voir dans notre vidéo ci-dessous :

20h30. Washington dément avoir acheté à la Chine des masques destinés à la France

Les Etats-Unis ont catégoriquement démenti avoir acheté à la Chine des masques destinés à la France après des accusations lancées par plusieurs responsables politiques français. *« Le gouvernement des Etats-Unis n'a acheté aucun masque qui devait être livré par la Chine à la France »*, a indiqué à l'AFP un haut responsable de l'administration américaine. *« Les informations affirmant le contraire sont complètement fausses »*, a ajouté ce responsable sous couvert d'anonymat.

LIRE AUSSI

« La Chine utilise les masques comme monnaie d'échange et de pression »

19h30. Plus de 5 000 morts en France

26 246 personnes sont actuellement hospitalisées, selon le point quotidien du Directeur général de la Santé Jérôme Salomon. Parmi ces patients, 6 399 sont des cas graves en réanimation, selon le DGS. 35 % de ces patients en réanimation ont moins de 60 ans, et 90 d'entre eux ont moins de 30 ans.

382 patients ont été pris en charge en réanimation ce jeudi, moins que la veille. En tout, 4 503 décès ont été signalés en milieu hospitalier depuis le 1er mars, avec 471 décès au cours des dernières 24 heures, contre 509 la veille.

Des premiers chiffres *« partiels »* remontent également des établissements médico-sociaux de type Ehpad, où au moins 884 personnes sont décédées des suites du Covid-19, selon Jérôme Salomon.



19h. La situation au Sahel risque de devenir « ingérable »

La crise humanitaire dans la région du Sahel central menace de devenir *« ingérable »*, avec plus de cinq millions de personnes confrontées à une grave insécurité alimentaire alors que le coronavirus se propage, a averti jeudi le Programme alimentaire mondial (PAM). Dans tout le Sahel central, qui englobe le Burkina Faso, le Mali et le Niger, la situation est *« extrêmement préoccupante »*, estime l'institution, qui souligne que des



Une enquête préliminaire a été ouverte après qu'une infirmière a dit avoir été contrainte de quitter son domicile, dans un petit village de l'Hérault, par son propriétaire qui craignait d'être contaminé par le coronavirus, a annoncé jeudi le parquet de Montpellier.

18h35. La confiance dans l'exécutif en forte hausse sur un mois, selon un sondage

La cote de confiance d'Emmanuel Macron (+10) et d'Edouard Philippe (+9) progresse fortement en un mois, en période de crise sanitaire, selon un sondage Elabe diffusé jeudi. Avec 39 % des personnes interrogées qui lui font confiance *« pour affronter efficacement »* les problèmes du pays, le chef de l'Etat retrouve un niveau qu'il n'avait pas atteint depuis juin 2018.

Ce *« ralliement autour du président de la République »* est habituel en période de crise, souligne l'institut qui rappelle le rebond de 9 points de François Hollande après les attentats de novembre 2015.

18h30. La convention démocrate pour la présidentielle américaine reportée au 17 août

La convention du parti démocrate, lors de laquelle doit être désigné son candidat à la présidentielle américaine face à Donald Trump, a été reportée d'un mois jusqu'à la semaine du 17 août, en raison de la pandémie de coronavirus, a annoncé jeudi le parti.

17h55. Les évacuations toujours en cours en Ile-de-France

L'évacuation par hélicoptère de malades du coronavirus pour désengorger les hôpitaux d'Ile-de-France s'est poursuivie jeudi, l'objectif étant désormais de transférer 150 patients hors de la région parisienne d'ici ce week-end, a-t-on appris auprès de l'Agence régionale de santé.

17h15. Une attestation de déplacement disponible sur smartphone dès lundi

Interrogé par « le Parisien », le ministre de l'Intérieur Christophe Castaner a annoncé qu'une attestation de déplacement dérogatoire numérique serait mise place *« en complément du dispositif papier »* à partir de lundi. *« Le service sera accessible en ligne, sur le site du ministère de l'Intérieur et du gouvernement »*, a-t-il précisé.

Il a par ailleurs confirmé que les contrôles de police seraient renforcés pour éviter des départs en vacances.

16h45. Le trafic aérien passager enregistre sa plus forte chute depuis le 11-Septembre

Confinement international oblige, la fréquentation des avions a dégringolé. Le trafic aérien passager s'est effondré de 14,1 % dans le monde en février, en comparaison annuelle, a annoncé jeudi l'Association internationale du transport aérien. *« Il s'agit de la plus forte baisse du trafic depuis le 11-Septembre »*, a-t-elle expliqué dans un communiqué.

16h35. 7 600 places d'hôtel supplémentaires ouvertes pour les sans-abri

Quelque 7 600 places d'hôtel supplémentaires sont utilisées pour héberger les sans-abri pendant l'épidémie de nouveau coronavirus, et 2 300 places sont ouvertes dans des centres de confinement pour les malades, a annoncé jeudi le ministre du Logement Julien Denormandie.

16h20. Vladimir Poutine déclare le mois d'avril chômé avec salaire en Russie

Le président russe Vladimir Poutine a annoncé mercredi que le mois d'avril serait chômé en Russie, mais les salaires préservés, pour ralentir la propagation de la pandémie de coronavirus.

16h10. La moitié de l'humanité a été appelée à se confiner

Plus de 3,9 milliards de personnes, soit la moitié de la population mondiale, sont désormais appelées ou contraintes par leurs dirigeants à rester confinées chez elles pour lutter contre la propagation du Covid-19, selon un comptage réalisé jeudi à partir d'une base de données de l'AFP.

15h50. Quatre premiers cas de coronavirus parmi les soldats de Barkhane

Quatre premiers cas de coronavirus ont été détectés parmi des soldats de l'opération Barkhane au Sahel, a indiqué l'état-major à l'AFP. *« Un des patients est pris en charge et soigné sur place, et trois autres ont déjà été rapatriés »* vers la France, *« de même qu'un autre officier symptomatique sans pour autant avoir été testé »*, a précisé l'état-major.

15h15. Le club de foot de Dijon donne 200 000 euros à des hôpitaux

Le club de Ligue 1 a fait deux dons de 100 000 euros chacun aux centres hospitaliers de Dijon et Besançon pour les aider à faire face à l'épidémie de coronavirus. *« Il nous paraissait normal de verser le même montant aux deux établissements »* qui font partie de la région Bourgogne-Franche-Comté, a expliqué le président du DFCO, Olivier Delcourt.

14h30. Boeing annonce un plan de départs volontaires

Le PDG du premier avionneur mondial a annoncé à ses salariés le lancement d'un plan de départs volontaires.

14 heures. Un bâtiment de Rungis réquisitionné pour servir de morgue

Un entrepôt réfrigéré du marché de Rungis, qui avait déjà été réquisitionné en 2003 pour faire face à la surmortalité causée par la canicule, a été réquisitionné mercredi par la préfecture de police pour soulager les services funéraires régionaux, rapporte « le Parisien ». L'aménagement a début ce jeudi. Une capacité d'accueil de 800 à 1 000 cercueils est évoquée, selon le quotidien francilien.

13h30. L'OMS met de nouveau en garde les jeunes

« L'idée selon laquelle le Covid-19 touche uniquement les personnes âgées est factuellement erronée », a rappelé le directeur-général de l'OMS Europe, Hans Kluge, lors d'une conférence de presse hebdomadaire diffusée en ligne depuis Copenhague. *« L'âge n'est pas le seul facteur de risque pour une forme grave de la maladie »*.

Des cas critiques ont été observés chez des adolescents et de jeunes adultes, beaucoup ont nécessité des soins intensifs et certains sont décédés, a-t-il relevé. En Europe, la plus jeune victime recensée est une enfant de 12 ans, morte en Belgique. Aux Etats-Unis, un bébé de six semaines, contaminé par le coronavirus, est également décédé.

13 heures. Le musicien Adam Schlesinger est mort

Le cofondateur du groupe Fountain of Wayne, Adam Schlesinger, est décédé à l'âge de 52 ans des suites de complications liées au Covid-19. Bassiste, il a notamment composé la chanson titre du film Tom Hanks « That Thing You Do ! » pour lequel il avait été nominé aux Oscars. Il avait obtenu dix nominations aux Emmy Awards et était l'un des songwriters les plus appréciés des Etats-Unis.

12h30. La Corée du Nord réaffirme qu'elle ne compte aucun cas

La Corée du Nord ne compte aucun cas de nouveau coronavirus, a assuré à l'AFP un haut responsable de la Santé à Pyongyang, au moment où certains Etats doutent de l'absence de contamination dans ce pays entouré par la Chine et la Corée du Sud.

Pak Myong Su, directeur du département anti-épidémie au sein du Centre national de lutte contre les épidémies, insiste sur les efforts ayant permis d'obtenir un tel succès : *« Nous avons pris des mesures préventives et scientifiques, telles que des inspections et le placement en quarantaine de toutes les personnes entrant dans notre pays, une désinfection complète de toutes les marchandises, ainsi que la fermeture des frontières et la fin des liaisons maritimes et aériennes »*.

11h50. Plus de 10 000 morts en Espagne

L'Espagne a franchi ce jeudi la barre des 10.000 morts dus à la pandémie de coronavirus après avoir enregistré 950 décès en 24 heures, un nouveau triste record dans le pays, ont annoncé les autorités. Au total, 10.003 personnes sont mortes du Covid-19 en Espagne, deuxième pays le plus endeuillé par la maladie dans le monde. Le nombre de cas confirmés a dépassé pour sa part la barre des 110.000 mais la progression du nombre de nouveaux cas continue de ralentir.

11h20. Macron reçoit Larcher et Ferrand

Emmanuel Macron va recevoir jeudi à déjeuner Gérard Larcher et Richard Ferrand, les présidents du Sénat et de l'Assemblée nationale, pour faire le point sur la crise du coronavirus, a indiqué l'Elysée. Ce déjeuner intervient après la réunion, dans la matinée, du Premier ministre Edouard Philippe avec les responsables des groupes politiques. Ils ont notamment abordé la question de l'organisation du second tour des élections municipales, prévu en juin, mais qui pourrait être décalé à l'automne selon « Le Figaro ».

10h40. Le caviste Nicolas rouvre avec des mesures de sécurité

« La plupart » des quelque 500 magasins du caviste Nicolas vont rouvrir leurs portes en avril, après avoir pris des mesures visant à empêcher la propagation du coronavirus, a annoncé l'enseigne dans un communiqué jeudi. Après l'annonce du confinement, Nicolas avait décidé de fermer ses magasins tout en poursuivant son activité via son service de livraison en ligne Et ce, alors que les cavistes faisaient partie des commerces pouvant rester ouverts.

10h20. Les agents publics mobilisés récompensés ?

Une *« réflexion active »* est en cours pour récompenser les salariés du public mobilisés contre le coronavirus, sur le même modèle mais sous d'autres formes que les salariés du privé, qui pourront bénéficier de primes défiscalisées, a indiqué jeudi la ministre du Travail Muriel Pénicaud.

« On y réfléchit au sein du gouvernement, comment on va aussi saluer les efforts dans le secteur public. C'est une réflexion très active ces jours-ci », a poursuivi la ministre, en précisant que cette mesure serait annoncée *« le moment venu »* par le Premier ministre.

9h45. Le confinement aménagé pour les personnes autistes

Emmanuel Macron vient d'annoncer un aménagement des règles de confinement pour les personnes autistes, en les autorisant à sortir *« un peu plus souvent »* pour se rendre sur les lieux habituellement fréquentés, *« porteurs de repères rassurants »*.

À l'occasion de la Journée mondiale de sensibilisation à l'autisme, le chef de l'Etat a adressé un message vidéo aux autistes et à leurs accompagnants, qui connaissent une période *« difficile »* avec la crise du coronavirus.



pressfrom.info
Pays : France
Dynamisme : 225

Visualiser l'article

France EN DIRECT. Coronavirus : Macron allège le confinement pour les personnes autistes



© Copyright 2020, L'Obs

509 morts en France ont été recensés mercredi soir lors des 24 dernières heures. C'est la plus forte hausse quotidienne, après 499 morts recensés à l'hôpital mardi.24 639 personnes étaient actuellement hospitalisées en France pour une infection de Covid-19 . « 6 017 patients sont en situation grave, nécessitant des soins de réanimation » a précisé mercredi soir le directeur général de la Santé, Jérôme Salomon.Plus de 4 000 morts ont été enregistrés dans le pays10 935 personnes sont toutefois sorties guéries depuis le 1er mars, a souligné le directeur général de la Santé.Les chiffres de mortalité dans les Ehpad ne sont pas encore connus et devraient l'être d'ici la fin de la semaine.Le déconfinement ne se fera « probablement » pas en une seule fois a averti Edouard Philippe, évoquant plusieurs scénarios.

10h40. Le caviste Nicolas rouvre avec des mesures de sécurité

« La plupart » des quelque 500 magasins du caviste Nicolas vont rouvrir leurs portes en avril, après avoir pris des mesures visant à empêcher la propagation du coronavirus, a annoncé l'enseigne dans un communiqué jeudi. Après l'annonce du confinement, Nicolas avait décidé de fermer ses magasins tout en poursuivant son activité via son service de livraison en ligne Et ce, alors que les cavistes faisaient partie des commerces pouvant rester ouverts.

10h20. Les agents publics mobilisés récompensés ?

Une *« réflexion active »* est en cours pour récompenser les salariés du public mobilisés contre le coronavirus, sur le même modèle mais sous d'autres formes que les salariés du privé, qui pourront bénéficier de primes défiscalisées, a indiqué jeudi la ministre du Travail Muriel Pénicaud.

« On y réfléchit au sein du gouvernement, comment on va aussi saluer les efforts dans le secteur public. C'est une réflexion très active ces jours-ci » , a poursuivi la ministre, en précisant que cette mesure serait annoncée *« le moment venu »* par le Premier ministre.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

9h45. Le confinement aménagé pour les personnes autistes

Emmanuel Macron vient d'annoncer un aménagement des règles de confinement pour les personnes autistes , en les autorisant à sortir *« un peu plus souvent »* pour se rendre sur les lieux habituellement fréquentés, *« porteurs de repères rassurants »* .

À l'occasion de la Journée mondiale de sensibilisation à l'autisme, le chef de l'Etat a adressé un message vidéo aux autistes et à leurs accompagnants, qui connaissent une période *« difficile »* avec la crise du coronavirus.

9h30. Le jazzman Ellis Marsalis est décédé à 85 ans

Le jazzman Ellis Marsalis, patriarche d'une famille de grands noms du jazz, est décédé mercredi à l'âge de 85 ans, après avoir contracté le coronavirus, a annoncé son fils Branford.

Ce pianiste et enseignant, qui a figuré sur des dizaines d'albums au long d'une carrière de plusieurs décennies, est le père du trompettiste Wynton et du saxophoniste Branford Marsalis.

Ellis Marsalis, 1934 - 2020 He went out the way he lived: embracing reality https://t.co/sPyYUuBoIG

—wyntonmarsalis(@Wynton Marsalis)
8h40. 4 millions de salariés au chômage partiel

L'annonce a été faite par Muriel Pénicaud, la ministre du Travail, sur France-Info.

? 400 000 entreprises et 4 millions de salariés, soit "un salarié sur cinq en France", sont au chômage partiel selo… https://t.co/GmpIP528JX

—franceinfo(@franceinfo)
7h30. La poste reprend progressivement la distribution du courrier

La Poste distribuera le courrier 4 jours par semaine, au lieu de trois actuellement.

6 heures. Plus de 5 000 morts aux Etats-Unis

Plus de 5 000 personnes sont mortes aux Etats-Unis du fait de l'épidémie de coronavirus, qui a contaminé plus de 215 000 personnes dans le pays. Un bébé de six semaines a été emporté par le Covid-19.

Un bébé de 6 semaines meurt du coronavirus aux Etats-Unis
5h30. Coronavirus : 884 morts aux Etats-Unis en une journée, nouveau record

Le coronavirus a tué un nombre record de 884 personnes aux Etats-Unis au cours des dernières 24 heures, selon le comptage mercredi soir de l'université Johns Hopkins qui fait référence.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Cette forte accélération porte à 4 475 décès le bilan total dans le pays depuis le début de la pandémie. Les Etats-Unis sont par ailleurs, de loin, le pays du monde comptant le plus grand nombre de cas recensés (213 372), soit 25 200 de plus en une journée.

5 heures. Le couvre-feu instauré sur toute la Guadeloupe

Tous droits réservés à l'éditeur

www.20minutes.fr
Pays : France
Dynamisme : 234

Visualiser l'article

Coronavirus : La chaîne de cavistes Nicolas va rouvrir avec des mesures de sécurité

EPIDEMIE Même si les cavistes faisaient partie des commerces autorisés à ouvrir, Nicolas avait décidé de fermer chacun de ses magasins

20 Minutes avec AFP



— *Sameer Al-DOUMY / AFP*

Après avoir pris des mesures sanitaires pour limiter la propagation du coronavirus , « la plupart » des quelque 500 magasins du caviste Nicolas vont rouvrir leurs portes en avril, a annoncé l'enseigne dans un communiqué publié ce jeudi.

A la suite des mesures de confinement décidées par le gouvernement , même si les cavistes faisaient partie des commerces autorisés à ouvrir, « Nicolas avait décidé de fermer chacun de ses magasins et avait poursuivi son activité via son service de livraison en ligne », explique l'enseigne dans un communiqué.

Un seul client et des paiements uniquement en carte

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Pendant cette période de fermeture, Nicolas a mis en place un « plan de sécurité » testé dans des magasins volontaires, « afin de protéger au mieux les clients et les collaborateurs ». Il prévoit notamment de faire entrer un client à la fois dans le magasin, et de n'autoriser que les paiements en carte bancaire.

« A la suite de ces mesures , la plupart des magasins vont pouvoir rouvrir en avril », explique encore le communiqué de Nicolas, qui précise que ces ouvertures « se feront de manière progressive ».

Tous droits réservés à l'éditeur

Actualites du Jour France

www.actualites-du-jour.eu
Pays : France
Dynamisme : 3581

Visualiser l'article

Coronavirus : La chaîne de cavistes Nicolas va rouvrir avec des mesures de sécurité

EPIDEMIE Même si les cavistes faisaient partie des commerces autorisés à ouvrir, Nicolas avait décidé de fermer chacun de ses magasins

Après avoir pris des mesures sanitaires pour limiter la propagation du coronavirus, « la plupart » des quelque 500 magasins du caviste Nicolas vont rouvrir leurs portes en avril, a annoncé l'enseigne dans un communiqué publié ce jeudi.

A la suite des mesures de confinement décidées par le gouvernement, même si les cavistes faisaient partie des commerces autorisés à ouvrir, « Nicolas avait décidé de fermer chacun de ses magasins et avait poursuivi son activité via...
source: 20Minutes

Tous droits réservés à l'éditeur

BIBA

Date : 02/04/2020
Heure : 12:33:05

www.bibamagazine.fr
Pays : France
Dynamisme : 4

Visualiser l'article

Le caviste Nicolas va rouvrir ses magasins en avril « de manière progressive »

L'enseigne n'accueillera qu'un client à la fois par magasin et n'autorisera que les paiements par carte bancaire.



Alors qu'elle poursuivait son activité en ligne, le caviste Nicolas a décidé que **« la plupart » de ses quelque 500 magasins allaient rouvrir leurs portes en avril** , après avoir pris des mesures visant à empêcher la propagation du Covid-19, a annoncé l'enseigne dans un communiqué ce jeudi.

A la suite des mesures de confinement, « *Nicolas avait décidé de fermer chacun de ses magasins et avait poursuivi son activité via son service de livraison en ligne* », explique l'enseigne dans un communiqué ; les cavistes faisant pourtant partie des commerces pouvant rester ouverts.

Pendant cette période de fermeture, Nicolas a mis en place un « plan de sécurité » testé dans des magasins volontaires, « *afin de protéger au mieux les clients et les collaborateurs* ». Il prévoit notamment **de faire entrer un client à la fois dans le magasin** , et de n'autoriser que les paiements en carte bancaire.

Pour rappel dans cette période délicate, l'alcool ne doit pas être un remède contre l'angoisse, il est donc à consommer avec modération.

Tous droits réservés à l'éditeur

www.businessimmo.com
Pays : France
Dynamisme : 14

Visualiser l'article

Covid-19 : le caviste Nicolas a rouvert avec des mesures de sécurité

Visuel indisponible .
© D.R.

"La plupart" des quelque 500 magasins du caviste Nicolas vont rouvrir leurs portes en avril, après avoir pris des mesures visant à empêcher la propagation du coronavirus, a annoncé l'enseigne dans un communiqué jeudi.

A la suite des mesures de confinement décidées par le gouvernement, "Nicolas avait décidé de fermer chacun de ses magasins et avait poursuivi son activité via son service de livraison en ligne", explique l'enseigne dans un communiqué. Ce, alors que les cavistes faisaient partie des commerces pouvant rester ouverts.

Pendant cette période de fermeture, Nicolas a mis en place un "plan de sécurité" testé dans des magasins volontaires, "afin de protéger au mieux les clients et les collaborateurs". Il prévoit notamment de faire entrer un client à la fois dans le magasin, et de n'autoriser que les paiements en carte bancaire.
"A la suite de ces mesures, la plupart des magasins vont pouvoir rouvrir en avril", explique encore le communiqué de Nicolas, qui précise que ces ouvertures "se feront de manière progressive".

Tous droits réservés à l'éditeur

www.europe1.fr
Pays : France
Dynamisme : 102

Visualiser l'article

Coronavirus : le caviste Nicolas rouvre avec des mesures de sécurité



Les réouvertures des magasins Nicolas seront progressives (Photo d'illustration). © PIERRE VERDY / AFP

Alors que l'enseigne Nicolas ne poursuivait ses activités commerciales qu'en ligne depuis la mise en place des mesures de confinement, ses magasins vont de nouveau être accessibles en avril. Des mesures strictes, comme le paiement par carte obligatoire, seront appliquées dans ses magasins qui vont rouvrir "de manière progressive".

"La plupart" des quelque 500 magasins du caviste Nicolas vont rouvrir leurs portes en avril, après avoir pris des mesures visant à empêcher la propagation du coronavirus , a annoncé l'enseigne dans un communiqué jeudi. A la suite des mesures de confinement décidées par le gouvernement, "Nicolas avait décidé de fermer chacun de ses magasins et avait poursuivi son activité via son service de livraison en ligne", explique l'enseigne dans un communiqué. Les cavistes faisaient pourtant partie des commerces pouvant rester ouverts.

Un seul client à la fois par magasin
Pendant cette période de fermeture, Nicolas a mis en place un "plan de sécurité" testé dans des magasins volontaires, "afin de protéger au mieux les clients et les collaborateurs". Il prévoit notamment de faire entrer un client à la fois dans le magasin, et de n'autoriser que les paiements en carte bancaire.

Des réouvertures progressives

"A la suite de ces mesures, la plupart des magasins vont pouvoir rouvrir en avril", explique encore le communiqué de Nicolas, qui précise que ces ouvertures "se feront de manière progressive".

Par Europe1 .fr avec AFP

Tous droits réservés à l'éditeur

LA REVUE DU VIN DE FRANCE

Date : 02/04/2020
Heure : 15:50:28

www.larvf.com
Pays : France
Dynamisme : 2

Visualiser l'article

Coronavirus : les caves Nicolas rouvrent en avril



Une cave Nicolas près de la place du Trocadéro, à Paris.

"La plupart" des quelque 500 magasins du caviste Nicolas vont rouvrir leurs portes en avril, après avoir pris des mesures visant à empêcher la propagation du coronavirus, annonce l'enseigne.
À la suite des mesures de confinement décidées par le gouvernement, "Nicolas avait décidé de fermer chacun de ses magasins et avait poursuivi son activité via son service de livraison en ligne", explique l'enseigne dans un communiqué. Ce, alors que les cavistes faisaient partie des commerces officiellement autorisés à rester ouverts.

Pendant cette période de fermeture, Nicolas a mis en place un "plan de sécurité" testé dans des magasins volontaires, "afin de protéger au mieux les clients et les collaborateurs".

DES MESURES PARTICULIÈRES
Il prévoit notamment de faire entrer un client à la fois dans le magasin, et de n'autoriser que les paiements par carte bancaire.

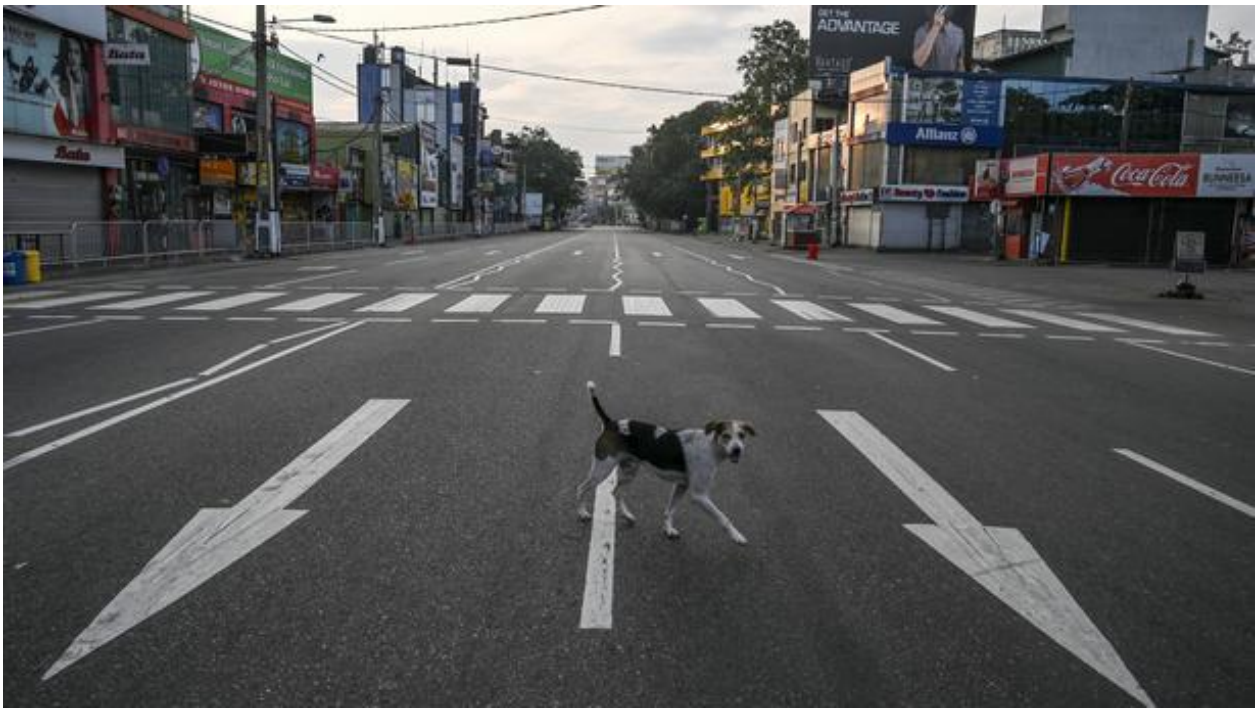
"À la suite de ces mesures, la plupart des magasins vont pouvoir rouvrir en avril", explique l'entreprise, qui précise que ces ouvertures "se feront de manière progressive".

(Avec AFP)

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

EN DIRECT - Coronavirus : la moitié de l'humanité désormais en confinement



Coronavirus : la pandémie qui inquiète la planète

COVID 19 - La pandémie de coronavirus est désormais considérée par l'ONU comme la pire crise affrontée par l'humanité depuis 1945. La France vit son 17e jour de confinement ce jeudi 2 avril, alors que le Premier ministre est l'invité de TF1 ce soir pour une émission spéciale. Suivez les dernières informations.

Live

il y a 44 minutes
Jeudi, 2 avril 2020

LE CONFINEMENT, UN PHÉNOMÈNE MONDIAL

Plus de 3,9 milliards de personnes, soit la moitié de la population mondiale, sont désormais appelées ou contraintes par leurs dirigeants à rester confinées chez elles pour lutter contre la propagation du Covid-19, selon un comptage réalisé jeudi à partir d'une base de données de l'AFP.

Tous droits réservés à l'éditeur

Ces mesures - confinements obligatoires ou recommandés, couvre-feux, quarantaines - concernent plus de 90 pays ou territoires. C'est l'instauration d'un couvre-feu en Thaïlande (en vigueur à partir de vendredi), qui permet d'atteindre le seuil de 50% de l'humanité.

RUSSIE

Vladimir Poutine déclare le mois d'avril chômé avec maintien des salaires. "J'ai décidé de prolonger le régime de jours chômés jusqu'au 30 avril inclus", a déclaré le président russe lors d'un discours télévisé, ajoutant que cette mesure, en vigueur depuis le 28 mars, "a permis de gagner du temps".

Les régions russes pourront choisir quelles entreprises seront néanmoins autorisées à travailler, et quel mode de confinement elles imposent à leur population.

LCI VOUS RÉPOND

Une question sur le coronavirus ? Un conseil à demander ? Une information à vérifier ? La rédaction de LCI, plus que jamais mobilisée, vous répond. Interrogez notre chatbot, **ici** .

16:55

SOLIDARITE

16:52

JUSTICE

De la revente illégale de masques à la prison. Un homme a été condamné mercredi à Paris à un an de prison ferme, sans mandat de dépôt, et 10.000 euros d'amende, dans une affaire de revente illégale de masques de protection, réquisitionnés par le gouvernement pour lutter contre le coronavirus, a indiqué jeudi une source judiciaire.

Il s'agit de la première condamnation dans une affaire de ce type dans la capitale. Au total, une quinzaine d'enquêtes ont été ouvertes par le parquet de Paris pour des faits similaires.

Tous droits réservés à l'éditeur

Celle-ci, initiée le week-end dernier, avait permis de saisir quelques 20.000 masques FFP1 et FFP2 chez un particulier du XIXe arrondissement, qui les écoulait dans la rue.

16:42

ROYAUME-UNI

Le gouvernement de Boris Johnson sous haute tension. Confrontés à un afflux de malades, les hôpitaux britanniques doivent se débrouiller sans une partie du personnel soignant, en isolement car présentant des symptômes sans qu'il soit possible de les tester pour vérifier qu'ils souffrent bien due la maladie du Covid-19.

Alors que l'indignation grandit dans le secteur médical et que la presse attaque les retards pris dans la montée en puissance du dépistage, le ministre de la Santé Matt Hancock, lui-même infecté, doit annoncer dans la journée un plan pour multiplier les tests, a indiqué Downing Street.

Selon les statistiques officielles publiées jeudi, le pays a enregistré au total 2.921 décès à l'hôpital de patients atteints par le virus.

16:34

AIDE SOCIALE

Quelque 7.600 places d'hôtel supplémentaires sont utilisées pour héberger les sans-abri pendant l'épidémie de nouveau coronavirus, et 2.300 places sont ouvertes dans des centres de confinement pour les malades, a annoncé jeudi le ministre du Logement Julien Denormandie.

"La priorité que j'ai fixé au premier jour, c'est de mettre à l'abri un maximum de personnes à la rue", a rappelé le ministre lors d'une conférence téléphonique.

Pour cela, un plan d'urgence pour loger les SDF dans des hôtels est mis en œuvre depuis le début du confinement. Une solution privilégiée pour "alléger la pression" sur les associations qui gèrent habituellement les centres d'hébergement et doivent faire face à une baisse de leurs effectifs salariés pendant l'épidémie, a-t-il expliqué.

16:32

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

REPORTAGE

En immersion à l'hôpital Jacques Cartier de Massy, lui aussi en passe d'attendre ses capacités maximales : il ne restait plus que trois lits ce jeudi.



16:13

LE CONFINEMENT, UN PHÉNOMÈNE MONDIAL

Plus de 3,9 milliards de personnes, soit la moitié de la population mondiale, sont désormais appelées ou contraintes par leurs dirigeants à rester confinées chez elles pour lutter contre la propagation du Covid-19, selon un comptage réalisé jeudi à partir d'une base de données de l'AFP.

Tous droits réservés à l'éditeur

Ces mesures - confinements obligatoires ou recommandés, couvre-feux, quarantaines - concernent plus de 90 pays ou territoires. C'est l'instauration d'un couvre-feu en Thaïlande (en vigueur à partir de vendredi), qui permet d'atteindre le seuil de 50% de l'humanité.

16:08

INTERVIEW

Comment la province de Wuhan s'est elle organisée pour son déconfinement ? Les explications pour LCI du directeur de l'hôpital international de Wuhan.



16:03 Urgent

Tous droits réservés à l'éditeur

RUSSIE

Vladimir Poutine déclare le mois d'avril chômé avec maintien des salaires. "J'ai décidé de prolonger le régime de jours chômés jusqu'au 30 avril inclus", a déclaré le président russe lors d'un discours télévisé, ajoutant que cette mesure, en vigueur depuis le 28 mars, "a permis de gagner du temps".

Les régions russes pourront choisir quelles entreprises seront néanmoins autorisées à travailler, et quel mode de confinement elles imposent à leur population.

15:57

FUNERARIUM

La préfecture de police de Paris confirme qu'un entrepôt du marché de Rungis (Val-de-Marne) va être réquisitionné dès ce vendredi 3 avril pour entreposer les corps des victimes du Covid-19. Face au nombre croissants de de décès, les lieux habituels pourraient en effet ne pas être en mesure de faire face à l'afflux.

Coronavirus : un bâtiment du marché de Rungis transformé en morgue dès vendredi

Coronavirus : la pandémie qui inquiète la planète

15:57

JUSTICE

Le préfet des Pyrénées-Atlantiques, Eric Spitz, a annoncé jeudi avoir saisi les procureurs de Pau et Bayonne du cas de deux soignants soupçonnés d'avoir poursuivi leurs activités tout en se sachant contaminés par le Covid-19.

Dans le Béarn, "c'est un professionnel du corps paramédical", ni médecin ni infirmier donc, qui est soupçonné d'avoir exercé en faisant fi du virus, a précisé Cécile Gensac, procureure de la République à Pau. Ce soignant,

Tous droits réservés à l'éditeur

qui exerce "dans l'agglomération paloise", fait l'objet d'une enquête préliminaire ouverte par le parquet palois, "pour de premières vérifications".

Du coté du Pays basque, le procureur de la République de Bayonne Jérôme Bourrier a été saisi au sujet d'un médecin généraliste qui exerçait dans son cabinet, à Boucau (8.300 habitants).

15:45

SAHEL

L'état-major des armées annonce avec détecté ses quatre premiers cas de coronavirus parmi les soldats de Barkhane. "L'opération Barkhane a connu ses quatre premiers cas confirmés d'infection par le coronavirus", dit l'état-major en précisant qu'"un des patients est pris en charge et soigné sur place, et trois autres ont déjà été rapatriés" vers la France, "de même qu'un autre officier symptomatique sans pour autant avoir été testé".

15:42

THAÏLANDE

La Thaïlande va être placée à partir de vendredi soir sous couvre-feu pour lutter contre la pandémie de coronavirus qui se propage dans le royaume, a annoncé jeudi le Premier ministre Prayut Chan-O-Cha.

"Un couvre-feu de 22H00 à 4H00 est instauré dans l'ensemble du pays", a déclaré lors d'une allocution télévisée le chef du gouvernement. Son non-respect sera passible de deux ans de prison et d'une amende pouvant aller jusqu'à 40.000 bahts (1.100 euros).

Seules quelques exceptions seront autorisées, notamment pour le transport de fournitures médicales ou de patients, et les déplacements du personnel médical.

15:36

MASQUES

Des masques à tout prix : les Américains ont acheté ces précieux objets sur le sol d'un aéroport chinois, où ils s'apprêtaient à s'envoler direction la France.

Tous droits réservés à l'éditeur



15:13

TRAÇAGE

En prévisions de la fin des mesures de confinement, l'exécutif travaille sur une application pour tracer les malades et alerter les personnes qu'ils auraient croisées via une notification sur leur téléphone portable.

Coronavirus : le gouvernement planche sur une application pour tracer les malades après la levée du confinement

Coronavirus : la pandémie qui inquiète la planète

Tous droits réservés à l'éditeur

15:07

CRISE DANS L'AVIATION

En février, la demande de vols a chuté de 14,1% par rapport à l'an dernier, annonce l'association internationale du transport aérien (IATA) dans un communiqué . Le trafic aérien enregistre là sa plus forte chute depuis les attentats du 11-Septembre. Une situation qui devrait s'empirer, puisque ces données ont été observées en février, soit quand les pays européens n'étaient pas encore confinés.

14:54

CHÔMAGE AUX ETATS UNIS

C'est un nombre record. Les Etats-Unis ont enregistré 6,6 millions de nouvelles demandes d'allocations chômage, selon le ministère du Travail cité par Associated Press. C'est le double de la semaine précédente. Une explosion du nombre de chômeurs qui pousse certains économistes à envisager une perte de 20 millions d'emplois d'ici fin avril. Le taux de chômage serait alors de 15%, bien au-dessus du précédent record de 10,8% établi lors d'une profonde récession en 1982, rappelle l'agence.

Pour rappel, nous vous parlions **ici** de ce "scénario catastrophe", envisagé par certains économistes.

14:50

BOIENG

Dans une lettre à ses employés, le PDG de Boeing annonce un plan de départs volontaires, dans l'optique de compenser les effets financiers de la crise.

Tous droits réservés à l'éditeur

"Nous prenons des mesures - y compris ce plan de départs volontaires - sur la base de nos connaissances à ce jour. Ces mesures vont nous mener jusqu'à la reprise à condition que nous ne soyons pas confrontés à d'autres défis", écrit Dave Calhoun à tous les employés du groupe.

14:42

GUADELOUPE

En Guadeloupe, un couvre-feu s'est ajouté au confinement pour un minimum de quinze jours. De 20h à 5h du matin, il n'est donc plus possible de sortir.



14:39 Urgent

Tous droits réservés à l'éditeur

PLUS DE FOOT EN BELGIQUE

"Le classement actuel sera le classement final". C'est ainsi que la Pro League a proposé la fin du Championnat de foot en Belgique, annonçant par la même occasion que le classement actuel devrait être entériné.

Une décision inédite en Europe qui doit être validée formellement le 15 avril.

14:29

UNE MORGUE À RUNGIS

Alors que l'Île-de-France est la région la plus touchée par l'épidémie, avec des effets qui se font déjà ressentir sur toute la chaîne funéraire, un bâtiment réfrigéré du marché de Rungis va être transformé en morgue.

Interrogée par LCI, la Préfecture de police fait savoir que le lieu d'accueil "sera situé dans un hall excentré et isolé des autres pavillons du marché". Ce lieu permettra de conserver "les cercueils des défunts dans l'attente de leur inhumation ou crémation" et des salons seront aménagés afin que les familles puissent se recueillir. Ce lieu, géré par un opérateur funéraire, pourra accueillir les premiers cercueils dès vendredi les familles à compter du lundi 6 avril.

14:23

SURESTIMATION

La révélation est particulièrement embarrassante. À peine un mois avant que l'Europe ne se lance dans une course effrénée aux masques, ventilateurs et kits de test, les gouvernements ont déclaré à Bruxelles que leurs systèmes de santé étaient prêts ... et qu'il n'était pas nécessaire de commander plus de stocks !

"Les choses sont sous contrôle", avait ainsi déclaré un responsable de la Commission européenne lors d'une réunion à huis clos le 5 février dernier.

Tous droits réservés à l'éditeur

14:18

VACCINATION

Alors que la course contre la montre pour trouver des traitements bat son plein, une question se pose : une éventuelle mutation du virus peut-elle altérer son efficacité ? Éléments de réponse.

La coronavirus va-t-il forcément muter (et altérer l'efficacité d'un futur vaccin) ?

Coronavirus : la pandémie qui inquiète la planète

14:10

L'ÉQUIVALENT DE 30€ PAR ASSURÉ

Avec un confinement qui fait chuter les accidents (-80%), la Maif va rendre 100 millions d'euros à ses assurés. Un "geste très fort" envers 2,8 millions de sociétaires pour près de 3,6 millions de véhicules, fait savoir l'assureur dans un communiqué. Pour les assurés, cela représente un gain d'environ 30 euros en moyenne par véhicule assuré, selon un porte-parole auprès de l'AFP.

Un coût auquel s'ajoutent les 15 millions d'euros mis sur la table par l'entreprise afin de maintenir les salaires à 100% de ses collaborateurs sans avoir recours à l'aide d'Etat.

14:03

PRÉFET DE SAVOIE POSITIF

Tous droits réservés à l'éditeur

Louis Laugier, le préfet de la Savoie, a été diagnostiqué positif au Covid-19 après avoir manifesté des symptômes, fait-il savoir par communiqué . "Conformément aux mesures sanitaires en vigueur", le préfet s'est isolé mais sa santé lui permet de "continuer de travailler depuis son bureau de la préfecture".

13:55

LES JEUNES FACE AU CORONAVIRUS

L'OMS réitère sa mise en garde aux jeunes face au coronavirus. "L'idée selon laquelle le Covid-19 touche uniquement les personnes âgées est factuellement erronée", a ainsi rappelé Hans Kluge, le directeur-général de l'OMS Europe. De 10 à 15% des moins de 50 ans souffrent d'une infection modérée à grave, selon l'OMS.

Ainsi, en Europe, un adolescent de 13 ans est mort au Royaume-Uni, tandis que la plus jeune victime du continent est une Belge de 12 ans, décédée quelques jours après une adolescente de 16 ans en France.

13:48

À LA LOUPE

Le ministère de l'Agriculture versera-t-il vraiment une prime de 1.500 euros aux chasseurs qui sortiraient en période de confinement ? Non, ce n'est qu'un poisson d'avril.

Non, les chasseurs ne recevront pas de prime de 1.500 euros durant le confinement

À la loupe

13:33

MASQUES EN ÎLE-DE-FRANCE

Tous droits réservés à l'éditeur

Le premier chargement de masques arrive en Île-de-France annonce la présidente de la région sur Twitter. Cette deuxième commande, en provenance de Chine, avait été reçue cette nuit, a précisé Valérie Pécresse ce matin.

13:26

DIVIDENDES

Interdire le versement de dividendes en cas d'aide de l'Etat, mettre davantage à contribution les assureurs, protéger les entreprises françaises des rachats: les députés socialistes avancent trois propositions de loi face à "l'urgence économique" de la crise du coronavirus. L'une d'elles vise à "interdire le versement de dividendes en 2020 aux sociétés ayant bénéficié de la solidarité nationale dans le cadre de l'état d'urgence sanitaire", les élus de gauche estimant que la demande en ce sens formulée par le ministre de l'Economie Bruno Le Maire relève à ce stade "de la seule intention".

13:06

ALLEMAGNE

13:03

LES JOURS D'APRES

Le Premier ministre, Edouard Philippe, a annoncé que le déconfinement ne se ferait probablement pas "en une fois, partout et pour tout le monde". De quoi s'interroger sur les hypothèses de sortie.

Edouard Philippe évoque un déconfinement progressif : quels sont les scénarios possibles ?

Tous droits réservés à l'éditeur

01:17
Coronavirus : la pandémie qui inquiète la planète

12:56

RUNGIS

Selon *Le Parisien* , un bâtiment réfrigéré du marché de Rungis va être transformé en morgue. La Semmaris, société gestionnaire du "ventre de Paris", annonce qu'un de ses entrepôts "a été réquisitionné par la préfecture mercredi". Une décision prise pour soulager les services funéraires régionaux, face à la surmortalité causée par l'épidémie de coronavirus.

12:53

RENFORT

Une trentaine de soignants ont été acheminés mercredi soir par l'armée de l'Air de Marseille et de Nice vers l'Ile-de-France, dont les hôpitaux croulent sous les cas de Covid-19, a-t-on appris de sources militaires concordantes.

Après le Grand Est, c'est l'Ile-de-France qui est touchée de plein fouet avec plus de 9.600 personnes hospitalisées. "Nous sommes au bout de nos capacités d'hospitalisation", a averti mercredi Aurélien Rousseau, directeur de l'Agence régionale de santé d'Ile-de-France.

12:51

SANTE

L'épidémie de coronavirus "devrait avoir des effets négatifs" sur les prélèvements servant à rembourser le "trou de la Sécu", a prévenu jeudi la Caisse d'amortissement de la dette sociale (Cades).

12:44

SOLIDARITE

Tous droits réservés à l'éditeur

12:38

DATA

Bilan des cas officiellement déclarés, état des services de réanimation, nombre de décès... Alors que le coronavirus continue de se propager sur l'ensemble du territoire français, retrouvez dans cet article une carte interactive des zones les plus touchées, département par département.

CARTE - Coronavirus : l'ampleur de l'épidémie en France, département par département

02:46
Coronavirus : la pandémie qui inquiète la planète

12:35

APPEL

Invité ce jeudi 2 avril d'Elizabeth Martichoux, le professeur Didier Sicard, spécialiste des maladies infectieuses, estime qu'il importe de revenir aux origines animales de la pandémie pour comprendre et vaincre la crise que nous traversons.

"Si on ne remonte pas la piste animale, la crise recommencera", avertit un spécialiste des maladies infectieuses

18:07

Tous droits réservés à l'éditeur

Coronavirus : la pandémie qui inquiète la planète

12:34

SECOND TOUR

Un nouveau report du second tour des élections municipales a été évoqué lors de la visioconférence jeudi entre Edouard Philippe et les présidents de partis politiques, responsables de groupes parlementaires et d'associations d'élus, selon plusieurs participants à l'AFP.

12:32

SÉCURITÉ

Des soignants de l'hôpital Lariboisière, à Paris, ont été plusieurs fois victimes d'agressions verbales ou physiques en se rendant sur leur lieu de travail. Pour faire face à ces violences, ils sont désormais escortés par des agents de sécurité.

Paris : victimes d'agressions, les soignants de l'hôpital Lariboisière désormais escortés

Coronavirus : la pandémie qui inquiète la planète

12:31

EMMANUEL MACRON

Le chef de l'Etat va recevoir jeudi à déjeuner Gérard Larcher et Richard Ferrand, les présidents du Sénat et de l'Assemblée nationale, pour faire le point sur la crise du coronavirus, a indiqué l'Elysée.

Tous droits réservés à l'éditeur

Avant ce déjeuner, le chef de l'Etat s'entretient en audioconférence avec les membres du conseil scientifique mis en place depuis le début de la crise sanitaire qui a fait plus de 4.000 morts en un mois à l'hôpital en France.

Ce déjeuner intervient après la réunion, dans la matinée, du Premier ministre Edouard Philippe avec les responsables des groupes politiques.

Dans l'après-midi, Emmanuel Macron devrait avoir des échanges téléphoniques avec plusieurs dirigeants étrangers "afin de faire le point sur la crise et les différentes initiatives de coopération internationale envisagées", selon l'Elysée.

12:29

TRANSFERTS

12:20

RUSSIE

Vladimir Poutine va s'adresser à la nation jeudi, une dizaine de jours après un premier discours télévisé dans lequel il avait annoncé une semaine chômée en Russie pour ralentir la propagation du Covid-19.

"Le président travaille actuellement sur son adresse" aux Russes qui doit être diffusée à la télévision après 13h a indiqué à la presse le porte-parole du Kremlin, Dmitri Peskov.

Depuis son discours, du 25 mars dans lequel M. Poutine appelait les Russes à rester chez eux, la plupart des régions ont ordonné aux populations de se confiner.

12:15

Tous droits réservés à l'éditeur

ORLY

L'aéroport, fermé depuis mardi, a été transformé ce mercredi en base d'évacuation d'urgences des malades du coronavirus. L'objectif consiste à les transférer par voie aérienne d'Ile de France vers des hôpitaux de province.

Comment Orly a été transformé en aéroport pour évacuer les malades

01:31
Coronavirus : la pandémie qui inquiète la planète

11:57

CHINE

Alors qu'est dénoncé le commerce d'animaux sauvages en Chine, la métropole de Shenzen interdit la consommation de viande de chien et de chat. Une première dans ce pays, ou pas moins de 10 millions de chiens et 4 millions de chats sont abattus chaque année.

11:52

"ITALIENS, EXCUSEZ-NOUS"

C'est un message fort que veut porter la cheffe de l'UE aux Italiens. Dans une tribune parue en Italie, la présidente de la Commission européenne s'excuse, reconnaissant ne pas avoir été à la hauteur au début de la pandémie. Dans un texte clair et direct , Ursula von der Leyen exprime ses regrets pour le retard de réaction de l'UE et assure que désormais "l'Europe se mobilise aux côtés de l'Italie".

Tous droits réservés à l'éditeur

"Il faut reconnaître qu'au début de la crise, face au besoin d'une réponse européenne commune, beaucoup trop n'ont pensé qu'à leurs problèmes nationaux", reconnait la responsable, qui termine sa lettre en listant les initiatives désormais lancées.

11:43 Urgent

PLUS DE 10.000 DÉCÈS EN ESPAGNE

L'Espagne dépasse le seuil symbolique des 10.000 décès. Le pays, deuxième pays le plus endeuillé par la maladie dans le monde, enregistre également un nouveau nombre record de décès, avec 950 nouvelles victimes confirmées en 24 heures.

Au total, 10.003 personnes sont mortes du Covid-19 en Espagne, tandis que nombre de cas confirmés a dépassé la barre des 110.000. Cependant, la progression du nombre de nouveaux cas continue de ralentir.

11:39

COP26 DÉCALÉE

Le coronavirus chamboule l'agenda pour le climat et la biodiversité : la COP26 pour le climat de Glasgow est repoussée à 2021, a annoncé mercredi soir le gouvernement britannique. Cette grande réunion annuelle sur le climat en 2021, toujours dans la ville écossaise, aura lieu à une date communiquée ultérieurement.

11:35

BELGIQUE

Le nombre de morts a doublé en l'espace de trois jours, en Belgique, notamment en raison de la comptabilisation décalée des décès intervenus en maison de retraite.

11:24 Urgent

Tous droits réservés à l'éditeur

PLUS DE 1000 MORTS EN BELGIQUE

Le seuil des 1000 morts est franchi en Belgique, annoncent les autorités sanitaires. Avec 183 nouveaux décès comptabilisés ces dernières 24 heures, le total de décès est porté à 1011 personnes. Parmi elles 40% avaient plus de 80 ans et 93% d'entre eux avaient plus de 65 ans.

11:20

BONNE NOUVELLE

"La plupart" des quelque 500 magasins Nicolas vont rouvrir leurs portes en avril, annonce le caviste. Dans un communiqué, l'enseigne assure avoir pris des mesures visant à empêcher la propagation du coronavirus. Il prévoit notamment de faire entrer un client à la fois dans le magasin, et de n'autoriser que les paiements en carte bancaire.

11:17

RÉFUGIÉS

Un camp de réfugié a été mis en quarantaine en Grèce après que vingt demandeurs d'asile ont été testés positifs au coronavirus. L'alerte a été donné après qu'une une femme de 19 ans a été testée positive après avoir accouché à l'hôpital d'Athènes, selon le ministère des Migrations .

Infos précédentes

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Confinés. Les Français entament leur 3e semaine de confinement, cette période au cours de laquelle ils ont appris - et apprennent encore - à respecter les mesures de distanciation et, lorsqu'ils ne sortent pas de leur domicile, doivent apprivoiser la vie enfermés chez eux.

Depuis le 16 mars, nous sommes informés, tous les soirs, du nombre - tragique - de personnes qui ont succombé dans les hôpitaux, emportées par le Covid-19. Le dernier bilan faisait état de 2.606 personnes "depuis le 1er mars".

Nous savons aussi qu'à nos frontières, une hécatombe a lieu en Italie (près de 11.000 morts), en Espagne (plus de 7000), et on se demande quand la vague, le "tsunami", va déferler et à quelle hauteur elle va monter. Elle est passée sur le Grand Est, l'Ile-de-France a de l'eau jusqu'au cou, et on suit sa progression, au quotidien.

Partout où le Covid-19 fait des ravages, on guette fébrilement le pic du taux de mortalité, annonciateur d'un reflux et d'un désengorgement des services de réanimation. En Italie, le confinement, instauré une semaine plus tôt que chez nous, commence à produire des résultats encourageants après trois semaines. Le directeur général de la Santé Jérôme Salomon a annoncé dimanche que "le nombre de personnes nécessitant une admission en réanimation" pourrait être en baisse "à partir de la fin de cette semaine".

En continu sur LCI (canal 26) et sur LCI.fr, nous vous tenons informés des dernières évolutions, de ce que l'on sait du virus, des traitements...

Tous droits réservés à l'éditeur

Le caviste Nicolas a rouvert avec des mesures de sécurité

«La plupart» des quelque 500 magasins du caviste Nicolas vont rouvrir leurs portes en avril, après avoir pris des mesures visant à empêcher la propagation du coronavirus, a annoncé l'enseigne dans un communiqué jeudi.

A la suite des mesures de confinement décidées par le gouvernement, «Nicolas avait décidé de fermer chacun de ses magasins et avait poursuivi son activité via son service de livraison en ligne», explique l'enseigne dans un communiqué. Ce, alors que les cavistes faisaient partie des commerces pouvant rester ouverts.

Pendant cette période de fermeture, Nicolas a mis en place un *«plan de sécurité»* testé dans des magasins volontaires, *«afin de protéger au mieux les clients et les collaborateurs»*. Il prévoit notamment de faire entrer un client à la fois dans le magasin, et de n'autoriser que les paiements en carte bancaire.

>> LIRE AUSSI : Les efforts inédits de Sodexo face à la crise
Hier à 10:29

Chine: retour du confinement dans un comté du centre du pays

Quelque 600.000 habitants d'un comté du centre de la Chine ont été placés en confinement après la découverte d'un cas de Covid-19, au moment où le pays redoute une nouvelle vague de contaminations.

» L'analyse de notre correspondant : La Chine sous-estime-t-elle le nombre de morts?

La Chine, berceau du nouveau coronavirus à la fin de l'an dernier, semble avoir largement jugulé l'épidémie. Mais les autorités s'inquiètent de voir la maladie revenir sur leur sol, en particulier depuis l'étranger.

Le comté (ou département) de Jia, situé à environ 800 km de Pékin dans la province du Henan, a annoncé mercredi que ses habitants ne pouvaient désormais plus sortir de chez eux sans autorisation.

LE FIGARO.fr

www.lefigaro.fr
Pays : France
Dynamisme : 166

Visualiser l'article

Coronavirus: le caviste Nicolas a rouvert avec des mesures de sécurité

Par Le Figaro avec AFP

« *La plupart* » des quelque 500 magasins du caviste Nicolas vont rouvrir leurs portes en avril, après avoir pris des mesures visant à empêcher la propagation du coronavirus, a annoncé l'enseigne dans un communiqué jeudi.

A la suite des mesures de confinement décidées par le gouvernement, « *Nicolas avait décidé de fermer chacun de ses magasins et avait poursuivi son activité via son service de livraison en ligne* », explique l'enseigne dans un communiqué.

Ce, alors que les cavistes faisaient partie des commerces pouvant rester ouverts. Pendant cette période de fermeture, Nicolas a mis en place un « *plan de sécurité* » testé dans des magasins volontaires, « *afin de protéger au mieux les clients et les collaborateurs* ».

Il prévoit notamment de faire entrer un client à la fois dans le magasin, et de n'autoriser que les paiements en carte bancaire. « *A la suite de ces mesures, la plupart des magasins vont pouvoir rouvrir en avril* », explique encore le communiqué de Nicolas, qui précise que ces ouvertures « *se feront de manière progressive* ».

Tous droits réservés à l'éditeur

LesEchos.fr

Date : 02/04/2020
Heure : 16:33:46
Journaliste : Philippe Bertrand

www.lesechos.fr
Pays : France
Dynamisme : 89

Visualiser l'article

Nicolas a bâti un plan de sécurité pour rouvrir ses caves

Les magasins de vins peuvent ouvrir depuis le début de la crise. Ils sont considérés comme des commerces alimentaires essentiels. Pourtant, l'enseigne leader en France avait décidé de fermer les boutiques. Quinze jours plus tard, elles lèvent le rideau armées d'un protocole strict qui garantit le zéro contact. La demande est là, malgré ou à cause du confinement.



Environ 300 des 500 caves Nicolas ont rouvert mercredi 1er avril. (Pascal SITTLER/REA)

La demande est là. « Dans certains points de vente, les volumes sont les mêmes qu'à Noël » affirme Christopher Hermelin en charge de la communication et du marketing de Nicolas. La chaîne de cavistes a rouvert ses portes mercredi et ce n'était pas un poisson d'avril. Environ 300 boutiques sur 500 ont levé le rideau avec des horaires qui fluctuent, soit le matin six jours sur sept, soit trois jours par semaine, à la discrétion des gérants mandataires.

La décision a pris deux semaines, deux semaines de réflexion et de construction d'un plan de sécurité qui rassure à la fois les exploitants et les clients. « Dès le début, nous étions dans la liste des magasins alimentaires dont l'ouverture était autorisée. Mais nous avons voulu protéger le personnel et les acheteurs » explique Chrtistopher Hermelin.

Le plan limite l'entrée dans les magasins à une personne et impose une distance de sécurité d'un mètre avec le vendeur. Seul le paiement par carte bancaire est accepté. Les clients n'ont pas le droit de toucher les bouteilles. Il reste dans une zone délimitée au sol. Le caviste ouvre et ferme la porte. Un rideau de plastique transparent protège les caisses. « Nous appliquons le principe du zéro contact » résume le dirigeant.

Cinq fois plus de commandes Internet

Les gérants mandataires sont assimilés à des salariés. Ils auraient a priori eu le bénéfice du chômage partiel si besoin en avait été. Mais la direction de Nicolas a d'emblée pris la décision de verser les salaires de mars quoi qu'il arrive.

Les commandes au téléphone et par Internet se sont multipliées. par cinq sur le web. « Il y a à la fois une tendance au stockage avec des gens qui achètent des cubes de 5 litres de côtes-Du-Rhône ou de rosé et des achats plus « hédonistes » de personnes qui veulent se faire plaisir avec un bon vin en période de confinement,

Tous droits réservés à l'éditeur

sans oublier les « apéros » à distance » détaille Christopher Hermelin. Le panier moyen a augmenté de 13 %. Le dispositif que Nicolas a adopté paraît plus sûr à certains clients que celui des supermarchés où il y a plus de monde.

Nicolas ne connaît pas de problèmes d'approvisionnement. La centrale d'achat avait augmenté ses stocks au début de la crise, les magasins aussi. « Et puis la filière viticole continue à vivre, même s'il y a parfois quelques difficultés logistiques » explique le porte-parole de la société. « Nos caves sont des magasins de proximité. Les clients sont heureux de les voir ouvertes et les exploitants tiennent à conserver ce qui fait leur force, le conseil et le lien social » conclut-il. En France, plus qu'ailleurs, le vin peut-être considéré comme un produit essentiel à la population.

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 02/04/2020
Heure : 11:35:18
Journaliste : Sylvie Leboulenger

www.lsa-conso.fr
Pays : France
Dynamisme : 7

Visualiser l'article

[Coronavirus] Nicolas réouvre son réseau de magasins

Après deux semaines de fermetures pour cause de confinement, Nicolas a réouvert son réseau de magasins après avoir élaboré un plan de préservation de la distanciation sociale. C'est une bonne nouvelle pour les fournisseurs en vins de cette enseigne car la filière ne peut rien vendre à l'export, ni dans le CHR.



Les caves Nicolas ont fermé pendant deux semaines. © Nicolas/Castel

Suite à l'annonce officielle du Gouvernement le 14 mars dernier exigeant la fermeture de l'ensemble des commerces, à l'exception des commerces essentiels (alimentation , pharmacie, espace presse, tabac, banques et station-service), Nicolas, autorisé à ouvrir, avait néanmoins décidé de fermer pour des raisons de sécurité ses 500 magasins français. Malgré un arrêté pris par le Ministre de la Santé qui clarifiait la situation des cavistes et les autorisait à ouvrir pendant la période de confinement, ce réseau du groupe Castel avait fait le choix de rester portes closes pour bien préparer la reprise de son activité physique. En effet, le site de Nicolas était resté ouvert.

Un plan de sécurité testé

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Pendant deux semaines, ce réseau s'est mobilisé pour mettre en place un plan de sécurité avant toute réouverture. Celui-ci a été testé pendant près d'une semaine par des magasins volontaires, partout en France. Epprouvé et affiné, ce plan est affiché en magasin et mis en avant sur les écrans digitaux dans les vitrines afin que les clients puissent en prendre connaissance. Il a pour but de préserver la distanciation sociale.

Voici les mesures :

Un seul client à la fois peut entrer dans le magasin
La porte du magasin sera ouverte et fermée par le caviste
Les clients auront interdiction de toucher aux bouteilles et d'accéder aux rayons.
Seuls les paiements par carte bancaire seront acceptés.
Enfin, une distance d'un mètre entre les clients et le caviste devra être respectée.

Les ouvertures se feront de manière progressive. "Nous nous sommes toujours attachés à prendre soin de nos vins , et cela implique de prendre soin de nos clients, de nos collaborateurs et de la filière en général", assure Christopher Hermelin, en charge de la communication et du marketing chez Nicolas.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Les commerces ouverts dans le 6e arrondissement

Les commerces ouverts du 6e
(Liste non exhaustive susceptible d'être modifiée pendant la période de Confinement Covid-19)

Boucherie
LE BOURDONNEC DU CHERCHE MIDI

43 rue du Cherche Midi
Tel 42 22 35 52
Horaires d'ouverture :
Lundi de 10 H A 15 H
Du mardi au vendredi de 9 H à 17 H
Samedi de 9 H à 18 H
Dimanche Fermé

BOUCHERIE BREA

21 rue Bréa
Horaires d'ouverture :
Du mardi au dimanche de 8 H à 13H 30
Tel 01 43 26 51 33

Boulangeries
• LA PARISIENNE - 48, rue Madame
• L'ETOILE DU BERGER - 54, rue Saint-Placide
• TANTE MICH' (St Placide) - 18, rue Saint-Placide
• MAISON DU PAIN - 58, rue du Cherche Midi
• J OEL BOULANGERIE - 54, rue Notre Dame des Champs
• Evan CHARBONNEL - 19, boulevard du Montparnasse
• Boulangerie KAYSER - 10, rue de l'Ancienne Comédie
• Boulangerie KAYSER - 87, rue d'Assas
• Boulangerie KAYSER - 1, boulevard du Montparnasse
• Au Pain Retrouvé - 81, rue de Rennes
• Maison Poilane - 8 rue du Cherche Midi
• Thévenin Père et Fils 5, rue Notre-Dame des Champs, 6, rue de Buci
Pâtisserie
MAISON GERARD MULOT

A partir du 1er avril
Livraison tel 01 43 26 85 77 ou site maison-mulot.com
Livraison de toutes leurs gammes pour les fêtes de Pâques et tous les produits salés et sucrés

Caviste
LE CAVISTE NICOLAS
43 rue du Cherche Midi
Livraison à domicile dans les 6e et 7e arrondissements

Tous droits réservés à l'éditeur

Tel 01 42 22 31 37
Aux horaires d'ouverture du lundi au samedi de 9 h à 15 h

Alimentation générale
Le Marché Saint-Germain

Contactez-nous de 9H À 12H, livraison à domicile

LÉGUMES : M. Khadi : 06 87 44 73 96 / Verger du 6 : 06 22 34 00 21
POISSONS : 06 58 75 12 23
VIANDES : 06 09 12 61 79
FROMAGERIE : 06 11 35 82 80
PRODUITS ITALIENS : 06 62 59 52 61
PRIMEUR BIO : 07 50 86 33 64
PROXI SERVICES 3 rue Bréa
Fruits et légumes
TEL 01 43 25 26 52
Horaires d'ouverture :
Du mardi au dimanche de 7 H 30 au 18 H 30

Perle Du Midi

Alimentation générale
124 r Cherche Midi 75006 Paris
01 42 84 23 35
livraison à domicile
livraison gratuite
dépôt de pain

Hédonie

Alimentation générale
6 r Mézières 75000 Paris
01 45 44 19 16

Services et prestations
fromages à la coupe
point Relais
livraison à domicile payante
dépôt de pain
charcuterie à la coupe

Horaires
Lundi : de 12h à 20h
Du mardi au samedi : de 11h à 20h

Monop '

Tous droits réservés à l'éditeur

33 r Vaugirard

livraison gratuite

Fromages à la coupe

Horaires

Du lundi au samedi : de 8h à minuit

Dimanche : de 8h à 13h

Monoprix

Supermarché, hypermarché

50 rue Rennes 75006 Paris

Horaires

Du lundi au samedi : de 9h à 22h

Services et prestations

retrait des courses en magasin

e-réservation

Diagonal

Supermarché, hypermarché

51 r Harpe 75005 Paris

01 42 49 75 05

livraison gratuite dépôt de pain charcuterie à la coupe fromages à la coupe

Horaires Du lundi au dimanche : de 8h à minuit

Franprix Paris

Supermarché, hypermarché

50 rue Notre-Dame des Champs 75006 Paris

Horaires

Tous droits réservés à l'éditeur

Du lundi au samedi : de 8h30 à 21h

Activités

Supermarché, hypermarché, Alimentation générale

Naturalia France

116 bd Raspail 75000 Paris

01 45 44 48 13

Livraison gratuite à domicile vente en ligne

panier de légume bio produit bio en vrac

Du lundi au samedi : de 10h à 20h

Dimanche : de 9h30 à 13h30

Eden Bio Primeurs

72 r Cherche Midi 75006 Paris

01 42 18 07 69

Alimentation Surgelé
Picard Surgelés

37 rue Saint Placide 75006 Paris
24 rue du Dragon 75006 Paris
7 rue André Mazet 75006 Paris

Horaires
Du lundi au samedi : de 9h à 13h et de 14h30 à 19h
Dimanche : de 9h à 12h45

Services et prestations
Vente en ligne / Livraison à domicile / Magasin drive / Vente de produits alimentaires

Restauration – Traiteur
L'ITALIANO VERO
50 rue Vavin
Traiteur italien et épicerie fine
Tel 01 83 91 46 25
Horaires d'ouverture :
Du lundi au samedi de 9 H A 21 H

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

PIZZA CHIC
Restaurant
13 r Mézières 75006Paris
01 45 48 30 38
Livraison par Delivero et Ubereat

Pasta Luna
Restaurant – Traiteur Corse
15 r Mézières
75006 Paris
01 45 44 32 02

RESTAURANT NAPOLI
11 rue Saint-Placide
Propose pizza, pâtes, salades et desserts
Par livraison et à venir chercher au restaurant
De 11 H 30 à 14 H 30
De 19 H 00 à 22 H 00
Tel 01 42 22 51 96

Presse – Tabac
CHERCHE MIDI PRESSE 50 rue du Cherche Midi
Bureau de Tabac
Tel 01 42 22 57 31
Horaires d'ouverture de 9 h 30 à 15 h tous les jours excepté le dimanche

Plomberie, serrurerie, bricolage
ETABLISSEMENT G.CABARET 1
9 rue Duguay Trouin
Tel 01 45 48 17 45
Email etscabaret@gmail.com

Serrurerie, électricité et ouverture de porte

ENTREPRISE Am (Adrian ou Museran) – Bat 39 rue du Cherche Midi
Réparation d'urgence – Toute plomberie et tout corps d'état
Tel 06 52 70 43 63

Autres
ZULO JOSE coach et psychopraticien
Propose des séances par internet d'une durée d'une heure de relaxation, de gestion du stress, de lâcher prise et également du coaching pour étudiants

Tel : 06 88 62 49 42 ou jzullo@solocal.com

Tous droits réservés à l'éditeur

www.msn.com
Pays : France
Dynamisme : 801

Visualiser l'article

EN DIRECT. Coronavirus : Macron allège le confinement pour les personnes autistes



© Copyright 2020, L'Obs

509 morts en France ont été recensés mercredi soir lors des 24 dernières heures. C'est la plus forte hausse quotidienne, après 499 morts recensés à l'hôpital mardi.24 639 personnes étaient actuellement hospitalisées en France pour une infection de Covid-19 . « 6 017 patients sont en situation grave, nécessitant des soins de réanimation » a précisé mercredi soir le directeur général de la Santé, Jérôme Salomon.Plus de 4 000 morts ont été enregistrés dans le pays10 935 personnes sont toutefois sorties guéries depuis le 1er mars, a souligné le directeur général de la Santé.Les chiffres de mortalité dans les Ehpad ne sont pas encore connus et devraient l'être d'ici la fin de la semaine.Le déconfinement ne se fera « probablement » pas en une seule fois a averti Edouard Philippe, évoquant plusieurs scénarios.
> Suivez les évènements en direct

10h40. Le caviste Nicolas rouvre avec des mesures de sécurité

« La plupart » des quelque 500 magasins du caviste Nicolas vont rouvrir leurs portes en avril, après avoir pris des mesures visant à empêcher la propagation du coronavirus, a annoncé l'enseigne dans un communiqué jeudi. Après l'annonce du confinement, Nicolas avait décidé de fermer ses magasins tout en poursuivant son activité via son service de livraison en ligne Et ce, alors que les cavistes faisaient partie des commerces pouvant rester ouverts.

10h20. Les agents publics mobilisés récompensés ?

Une *« réflexion active »* est en cours pour récompenser les salariés du public mobilisés contre le coronavirus, sur le même modèle mais sous d'autres formes que les salariés du privé, qui pourront bénéficier de primes défiscalisées, a indiqué jeudi la ministre du Travail Muriel Pénicaud.

« On y réfléchit au sein du gouvernement, comment on va aussi saluer les efforts dans le secteur public. C'est une réflexion très active ces jours-ci » , a poursuivi la ministre, en précisant que cette mesure serait annoncée *« le moment venu »* par le Premier ministre.

9h45. Le confinement aménagé pour les personnes autistes

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Emmanuel Macron vient d'annoncer un aménagement des règles de confinement pour les personnes autistes , en les autorisant à sortir *« un peu plus souvent »* pour se rendre sur les lieux habituellement fréquentés, *« porteurs de repères rassurants »* .

À l'occasion de la Journée mondiale de sensibilisation à l'autisme, le chef de l'Etat a adressé un message vidéo aux autistes et à leurs accompagnants, qui connaissent une période *« difficile »* avec la crise du coronavirus.

À vous toutes et tous qui vivez avec l'autisme, je pense très fort à vous en cette période difficile liée au COVID-… https://t.co/vX3oqAGmDN

—EmmanuelMacron(@Emmanuel Macron)

9h30. Le jazzman Ellis Marsalis est décédé à 85 ans

Le jazzman Ellis Marsalis, patriarche d'une famille de grands noms du jazz, est décédé mercredi à l'âge de 85 ans, après avoir contracté le coronavirus, a annoncé son fils Branford.

Ce pianiste et enseignant, qui a figuré sur des dizaines d'albums au long d'une carrière de plusieurs décennies, est le père du trompettiste Wynton et du saxophoniste Branford Marsalis.

Ellis Marsalis, 1934 - 2020 He went out the way he lived: embracing reality https://t.co/sPyYUuBoIG

—wyntonmarsalis(@Wynton Marsalis)

8h40. 4 millions de salariés au chômage partiel

L'annonce a été faite par Muriel Pénicaud, la ministre du Travail, sur France-Info.

? 400 000 entreprises et 4 millions de salariés, soit "un salarié sur cinq en France", sont au chômage partiel selo… https://t.co/GmpIP528JX

—franceinfo(@franceinfo)

7h30. La poste reprend progressivement la distribution du courrier

La Poste distribuera le courrier 4 jours par semaine, au lieu de trois actuellement.

6 heures. Plus de 5 000 morts aux Etats-Unis

Plus de 5 000 personnes sont mortes aux Etats-Unis du fait de l'épidémie de coronavirus, qui a contaminé plus de 215 000 personnes dans le pays. Un bébé de six semaines a été emporté par le Covid-19.

Un bébé de 6 semaines meurt du coronavirus aux Etats-Unis

5h30. Coronavirus : 884 morts aux Etats-Unis en une journée, nouveau record

Le coronavirus a tué un nombre record de 884 personnes aux Etats-Unis au cours des dernières 24 heures, selon le comptage mercredi soir de l'université Johns Hopkins qui fait référence.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Cette forte accélération porte à 4 475 décès le bilan total dans le pays depuis le début de la pandémie. Les Etats-Unis sont par ailleurs, de loin, le pays du monde comptant le plus grand nombre de cas recensés (213 372), soit 25 200 de plus en une journée.

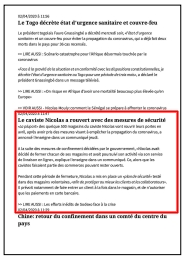
5 heures. Le couvre-feu instauré sur toute la Guadeloupe

Après la Martinique, un couvre-feu est instauré sur l'ensemble du département de la Guadeloupe entre 20h et 5h à compter de mercredi, en raison de l'épidémie de coronavirus, a annoncé le préfet.

Tout déplacement en Guadeloupe est interdit, à l'exception des trajets domicile-travail ne pouvant être différés ou pour urgence médicale, a annoncé le préfet dans un communiqué.

Tous droits réservés à l'éditeur





>> VOIR AUSSI - Nicolas Mouly: comment le Sénégal se prépare à affronter le coronavirus
02/04/2020 à 11:47

Le caviste Nicolas a rouvert avec des mesures de sécurité

«*La plupart*» des quelque 500 magasins du caviste Nicolas vont rouvrir leurs portes en avril, après avoir pris des mesures visant à empêcher la propagation du coronavirus, a annoncé l'enseigne dans un communiqué jeudi.

A la suite des mesures de confinement décidées par le gouvernement, «Nicolas avait décidé de fermer chacun de ses magasins et avait poursuivi son activité via son service de livraison en ligne», explique l'enseigne dans un communiqué. Ce, alors que les cavistes faisaient partie des commerces pouvant rester ouverts.

Pendant cette période de fermeture, Nicolas a mis en place un «*plan de sécurité*» testé dans des magasins volontaires, «*afin de protéger au mieux les clients et les collaborateurs*». Il prévoit notamment de faire entrer un client à la fois dans le magasin, et de n'autoriser que les paiements en carte bancaire.

>> LIRE AUSSI : Les efforts inédits de Sodexo face à la crise
02/04/2020 à 11:29

Chine: retour du confinement dans un comté du centre du pays

Tous droits réservés à l'éditeur



MENTIONS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Fashion-Spider

Date : 25/04/2020
Heure : 13:53:28
Journaliste : Frédéric Blanc

www.fashion-spider.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Une vente aux enchères pour soutenir les EHPAD

Le monde de la mode a toujours fait partie des plus actifs en matière d'aide humanitaire. Depuis le début de l'épidémie, de nombreuses marques ont décidé de venir en aide aux personnels hospitaliers ou aux organismes humanitaires. Parmi les actions qui ont été entreprises pour récolter des fonds, les ventes aux enchères se multiplient en proposant un large choix de produits offerts par des marques de luxe.

Après **les ventes organisées par le mouvement « A little Someting » pour Médecins Sans Frontières et celles du site Artprecium** avec des dons du monde de l'horlogerie, de la bijouterie et de la joaillerie pour la Fondation Hôpitaux de Paris-Hôpitaux de France, une nouvelle vente online est organisée. Les fonds récoltés seront reversés au profit de **sosephad.fr** , pour les EHPAD de France.

La crise sanitaire majeure que nous vivons est un enjeu de société qui révèle nos fragilités. Le Covid-19 met en relief la fragilité de nos structures, de nos établissements, souvent mal dotés et qui pourtant œuvrent avec beaucoup de cœur et de générosité, malgré des moyens extrêmement réduits. C'est pourquoi la maison de ventes aux enchères Tajan et Laurence Bénaim ont décidé d'ouvrir leurs carnets d'adresses afin de proposer à de nombreuses maisons de luxe, organismes, personnalités, designers, de se joindre à eux afin d'organiser une grande vente caritative.

Parmi les 200 lots qui ont été offerts, on retrouve, un dîner pour deux personnes au sein de l'appartement privé **Boucheron** du 26, place Vendôme. Cette expérience, habituellement proposée aux amis de la maison permettra aux heureux bénéficiaires de découvrir l'esprit de famille de la maison et de vivre un moment hors du temps.



Le joaillier et architecte **Marc Deloche** propose un bijou de sa création. Le bracelet trio en argent massif, composé de trois joncs plats entrelacés et mobiles sur le poignet. Il sera accompagné d'un mot du créateur avec une personnalisation offerte sous forme de gravure.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

De son côté, la marque de maroquinerie de luxe Japonais **Duren** , propose deux sacs issus de sa collaboration avec le directeur artistique et créateur Benoît-Pierre Emery, l'un de couleur rose poudrée et l'autre noir.



Pierre Hardy offre un lot composé d'une paire de baskets Slider signée, accompagnée d'un dessin, exemplaire unique au format 42 x 29,7 cm imprimable en haute définition.





Le Musée des Arts Décoratifs met à prix une visite privée pour deux personnes à l'exposition Harper's Bazzar, premier magazine de mode avec Olivier Gabet, directeur du MAD, un jour de fermeture ou en dehors des horaires d'ouverture au public, dès la réouverture du musée. Deux catalogues de l'exposition seront également offerts.

Tous droits réservés à l'éditeur



Mais aussi, un dessin original de Mylène Farmer, une visite privée des appartements de Gabrielle Chanel, une guitare électrique Eastwood de Keren Ann, une initiation à la préparation du macaron par Pierre Hermé, un magnum de Rare Champagne, signé par le chef de cave Régis Camus, et bien d'autres. Rendez-vous sur le **Tajan.fr** afin de participer à la vente.

Par ailleurs, l' **agence WNP** a créé pour la Fondation, une chaîne de solidarité animée en faveur du personnel des Ehpad. Ce petit film est diffusé gracieusement sur 545 panneaux numériques JCDecaux, 230 écrans disposés dans les vitrines des Monoprix et dans 500 boutiques Nicolas.

La créatrice de **Divine Trouvaille** , fabrique des masques protecteurs élégants dont le produit de la vente est reversé à SOS EHPAD sur son site: **En mode (chez) Soie** .



À vous de participer à cette grande chaîne de solidarité tout en vous offrant un cadeau unique.

Tous droits réservés à l'éditeur





Les écrans digitaux, une erreur historique [Tribune]

TRIBUNE D'EXPERTS, COMMERCE CONNECTÉ, MARKETING DIGITAL

TWITTER FACEBOOK LINKEDIN GOOGLE +

TRIBUNE D'EXPERTS **Vincent Clabé-Navarre, à la tête de Message in a Window, explique la limite, selon lui, de la publicité sur écrans.**



LA RÉDACTION VOUS CONSEILLE

Bien utiliser les écrans en points de vente, tour d'horizon par secteur [Tribune]

Les quatre grands usages des écrans connectés

Qui ne voit pas aujourd'hui les écrans digitaux envahir l'espace public, mais aussi les vitrines des commerçants? Il n'y a pas une catégorie de commerce qui est épargnée. Et pour cause, les grands opérateurs de la publicité digitale, JCDecaux, Clear Channel, Exterion Media, Phenix Digital, Cegedim Media, en recherche de nouvelles sources de revenus, qui plus est sur les points de vente qui sont à un pas de l'achat, déploient à tour de bras la mise en place d'écrans digitaux dans les vitrines de nos commerces et restaurants.

Tous droits réservés à l'éditeur

Clear Channel expérimente des écrans directionnels interactifs à Créteil Soleil

JCDecaux chez Monoprix et CarrefourProxi, Exterion chez Nicolas et chez les commerçants indépendants, Phenix Digital chez les commerçants et brasseries indépendantes aussi, Cegedim Media chez Marionnaud et dans toutes les pharmacies de France... Bref, l'écran digital est désormais partout et continue à se déployer.

Pourquoi les écrans digitaux en retail pullulent ? Pourquoi cette mode ?

La réponse est simple : il y a pour l'opérateur (JCDecaux, Exterion and co.) une immense simplicité d'usage : sans se déplacer, depuis son fauteuil, l'opérateur programme l'envoi de publicités chèrement payées à tous les écrans destinataires. Plus besoin d'installateurs, plus besoin de camionnettes, plus besoin de matériels, plus besoin de payer d'essence, bref, c'est génial. C'est aussi la capacité à vendre beaucoup plus et gagner beaucoup plus. Une minute d'affichage, cela peut représenter 12 annonceurs différents qui s'exposent 5sec., au lieu d'un seul pour l'affichage classique. Or, les tarifs ne sont pas divisés par 12... mais plutôt par 3.

Voyez la marge additionnelle sans rien faire ! Enfin, le rêve des opérateur est de pouvoir pousser des publicités en temps réel en fonction du temps qu'il fait ou du contexte. C'est une vision intéressante bien sûr pour les marques et les opérateurs. Mais l'est-elle aussi pour le passant? Il est voué malgré lui, sans cesse et sans repos, à être rapproché d'un acte d'achat. Tout cela finit par l'y contraindre, sans même qu'il l'ait souhaité. Ces écrans marquent une fin de sa liberté.

Les commerçants, de simples faire-valoir

"Les commerçants? Qu'est-ce que c'est ? Rien, des emmerdeurs éventuellement." Les écrans digitaux dans les vitrines des magasins sont des devices et une technologie qui dépossèdent les commerçants de leur savoir-

Tous droits réservés à l'éditeur

faire. Car ils existent et vivent sans même l'intervention ou l'existence des commerçants eux-mêmes qui sont pourtant chez eux. Les opérateurs se fichent du commerçant et de ce qu'il pense, et s'assoient fondamentalement sur son savoir et son savoir-faire. L'opérateur, son device, sa technologie et ses campagnes s'introduisent chez le commerçant et parlent à sa place, sans lui demander son avis, et sans même que ce dernier ne sache ce qu'il se diffuse. Il est dépouillé de son savoir-faire, alors même qu'il est en son "foyer".

La vision des opérateurs : un gain financier à deux temps

La vision des opérateurs tels que JCDecaux, Exterion Media, ClearChannel, Cegedim Media ou Phenix Digital? En dehors des revenus immédiats bien sûr, ils cherchent à capter une nouvelle source d'informations (data) à travers le suivi (le tracking) des passants et de leurs comportements dans la vie réelle (voir l'offre d'Exterion Media). Car les écrans digitaux embarquent de plus en plus des sniffeurs de wifi et Bluetooth voire des caméras (Exterion Media, JCDecaux). L'objectif est de vendre cette date à Google afin qu'un acteur puisse enfin (c'est le rêve ultime) agréger, étudier et revendre l'intégralité des comportement online (visites et achats sur internet) et offline (visites et achats dans le retail) d'une même personne.

C'est le grand projet de la convergence (voir présentation publiée sur le sujet). Pouvoir suivre et posséder l'intégralité des comportements. La vie privée est en elle-même devenue impossible, cela sera probablement le grand regret de l'humanité.

Les écrans digitaux en retail et sur la voie publique plus largement sont une erreur historique et anthropologique. Ils produisent une mort du libre-choix de l'homme et participent à la fin définitive de sa vie privée; ils produisent aussi la mort du savoir-faire du commerçant qui n'est plus abordé comme un sujet qui a

Tous droits réservés à l'éditeur

un savoir mais comme un intermédiaire qui est dépouillé de son intelligence d'homme et de son savoir de technicien.

Les commerçants ont cette immense liberté aujourd'hui de sauvegarder leur savoir-faire et de continuer à maîtriser leur outil de travail en rejetant ces écrans, même si la tendance et la lame de fond sont fortes et les opérateurs pressants. Ils participeront aussi, sans le savoir, à garantir un champ de liberté aux individus. Nous pouvons affirmer qu'une part de notre humanité future est entre leurs mains.

A propos de l'auteur

Diplômé de Neomas BS, Vincent Clabé-Navarre a fait sa carrière chez Rémy-Cointreau aux Etats-Unis puis en France avant de créer en 2015 la start-up Message in a Window

Tous droits réservés à l'éditeur

Client	OMNICOM PUBLIC RELATIONS
Contact	
Mot-clé	NICOLAS
Chaîne / Station	SUD RADIO
Diffusion	19/04/2020 - 12:30:00
Durée	00:00:37
Emission	IN VINO
Présentateur	ALAIN MARTY
Rubrique	AGRICULTURE



Ecouter / Regarder cette alerte

12:31:28
Invités : Philippe Faure-Brac, président de l'Union de la sommellerie française ; David Cobbold, co-fondateur de l'Académie des vins et spiritueux ; Thibaut Jarrousse, président cofondateur de D-Vine. 12:31:31
Introduction. L'émission n'a pas lieu chez le caviste Nicolas à Paris : les chroniqueurs sont confinés.

Client	OMNICOM PUBLIC RELATIONS
Contact	
Mot-clé	NICOLAS
Chaîne / Station	SUD RADIO
Diffusion	18/04/2020 - 12:30:00
Durée	00:04:47
Emission	IN VINO
Présentateur	ALAIN MARTY
Rubrique	



Ecouter / Regarder cette alerte

12:31:45
In Vino chez le caviste Nicolas à Paris. Chroniqueur : Philippe Faure-Brac, sommelier. Invitée : Sylvie Cazes, propriétaire du Château Chauvin Grand Cru classé Saint-Emilien. Les invités font le point sur leur expérience du confinement et sur le maintien de leur activité par la crise.

Le Parisien

Île-de-France & Oise | Paris

Paris : interpellations en série de cambrioleurs en une nuit

Les policiers les ont interpellés en flagrant délit et placés en garde à vue dans la nuit de mercredi à jeudi.



Illustration. Des cambrioleurs ont été interpellés et placés en garde à vue LP/Olivier Boitet



Par **Céline Carez**

Le 10 avril 2020 à 10h57

Sale temps pour les cambrioleurs ! Avec la ville désertée, les appartements jadis vide désormais occupés, des riverains attentifs et prompts à appeler le 17 et beaucoup de commerces, bars restaurants fermés, le champ d'action des voleurs s'est considérablement réduit. Et leurs équipées nocturnes plus repérables. Ce vendredi, des voleurs sont sortis des commissariats parisiens mais certains devront s'expliquer devant la justice.

Un voleur caché dans les toilettes

Dans la nuit de mercredi à jeudi, à Paris, cinq voleurs, interpellés en flagrant délit, ont passé la nuit en garde à vue. Mercredi, à 6h30 du matin, avenue de Flandres, les policiers ont attrapé et ramené au commissariat du XIXe un homme qui avait forcé la porte d'un hôtel. A 23h10, rue de la Grange-aux-Belles (Xe), les policiers ont repéré un homme qui sortait du Colbert, un petit restaurant, avec deux sacs remplis de bouteilles d'alcool. Les policiers ont constaté que la porte avait été forcée. Un complice se cachait dans les toilettes ! Tout ce petit monde a pris le chemin du commissariat du Xe.

Les commerces fermés aussi ciblés

A 1h30, ce sont deux cambrioleurs, qui se sont fait pincer au « Petit Bleu », un débit de boissons rue Saint-Maur (XIe). A l'arrivée des policiers, ils étaient en possession de bouteilles de bières et de tablettes numériques. Les premières constatations ont permis d'établir que les cambrioleurs étaient entrés en brisant la vitre et forçant le rideau de fer.

A 2 heures du matin, un homme, a priori assoiffé, a voulu faire ses courses nocturnes chez Nicolas, avenue Secrétan (XIXe). Un témoin a appelé la police qui n'a eu qu'à le « cueillir » en flagrant délit et... possession de deux coffrets de bonnes bouteilles de vin. Là encore, le cambrioleur s'était introduit chez le commerçant en brisant la vitre.

Client	OMNICOM PUBLIC RELATIONS
Contact	
Mot-clé	NICOLAS
Chaîne / Station	FRANCE BLEU NORD
Diffusion	09/04/2020 - 10:05:00
Durée	00:03:54
Emission	100% SOLIDAIRES
Présentateur	-
Rubrique	



Ecouter / Regarder cette alerte

10:17:20
Invité : Fabien Carnoye (ph), brasseur. On retrouve la marque Gustave dans le réseau de cavistes Nicolas, La Vignery, les magasins spécialisés en bières et dans plusieurs hôtels Accor de la région. 10:18:43 Les mariages mets - bière peuvent être surprenants. 10:19:34 Point sur les mariages bière - fromage. Citation Kiri pour plaisanter. 10:20:11 Citation du Comté, du Beaufort à marier avec une bière herbacée, aromatique. 10:20:58 A suivre, la recette : saole meunière à la bière blanche.

Rvi
Le premier magazine économique professionnel du vin
Pays : FR
Périodicité : Bimestriel





Date : Mars - avril 2020
Page de l'article : p.31

Marussia Beverages acquiert la distillerie Itkulsky en Russie



Le groupe Marussia Beverages acquiert la distillerie Itkulsky JSC, en Russie. Fondée en 1868, Itkulsky Distillery est la plus ancienne distillerie en activité en Sibérie et la seule à produire un alcool de grain de haute qualité, destiné notamment à la production de la vodka Mamont, une des vodkas russes les plus réputées. La distillerie, située dans l'Altaï, une des régions les plus préservées et écologiques de Russie, a une capacité de production annuelle de 24 millions de litres de vodka et de 10 millions de litres d'alcool neutre. L'objectif de Marussia Beverages pour 2021 est de doubler la part de marché de Mamont en Russie et de lancer deux nouvelles marques de vodkas Premium.



Étienne de Salins, directeur du groupe Marussia Beverages, est enthousiaste à l'idée de voir la Distillerie Itkulsky rejoindre le giron du groupe : « *Itkulsky Distillery est réputée pour la qualité de ses spiritueux, notamment grâce aux compétences et à l'expertise de l'équipe de production. Cette acquisition est une étape importante qui va nous permettre de développer notre portefeuille de vodkas, tout en assurant le niveau Premium de notre gamme. Mamont, qui bénéficie en Russie d'une image très haut de gamme chez les connaisseurs, se positionne sur le marché français comme le leader des marques challengers sur le segment Super Premium* ».
Yuri Tint, directeur général de Marussia RUS LLC, confirme : « *en Russie, Marussia RUS est un importateur et distributeur reconnu et en pleine croissance de vins et de spiritueux haut de gamme. L'acquisition de la distillerie Itkulsky était une avancée logique pour notre groupe qui nous permettra de maintenir le niveau Premium de notre portefeuille de vodkas, tout en satisfaisant les exigences de nos clients en termes d'innovation. Nous sommes impatients de commencer à développer de nouvelles activités et à élargir nos gammes de produits haut de gamme* ».
Marussia Beverages est producteur et distributeur international de vins, sakés et spiritueux ; le total de ses activités représente un chiffre d'affaires de 220 millions d'euros en 2018. Présent directement dans 12 pays, le groupe comprend 9 sites de production et un réseau de distribution de 12 filiales. Il produit et distribue son propre portfolio de marques Premium : vodka Mamont, liqueurs Mozart, vins effervescents Autrichiens Schlumberger, Château Mukhrani, Tamada, Old Tbilisi et Visimino (vins géorgiens), whiskies écossais Mossburn et Torabhaig, rhum Mezan, saké Akashi-Tai, whisky japonais Hatozaki et gin 135°EAST.
Produite en petites séries et reconnaissable grâce à sa bouteille iconique en forme de défense de mammouth, Mamont est une vodka Super Premium. Sa bouteille signature en verre est inspirée du grand mammouth Yukagir, âgé de 18 000 ans, découvert dans la glace en République de Sakha, en Sibérie arctique. Élaborée avec des techniques artisanales au pied des montagnes de l'Altaï et distillée six fois, la vodka Mamont est un hommage à la Sibérie sauvage. En 2019, les ventes de Mamont ont atteint près de 360 000 bouteilles ; et en dix ans, Mamont a développé sa présence partout dans le monde. On retrouve maintenant Mamont dans des milliers de bars à cocktail, chez les cavistes et détaillants renommés, avec une distribution internationale dans 35 pays. Mamont Vodka est distribuée en France chez les cavistes indépendants, les magasins V&B, Intercaves et dans toutes les boutiques Nicolas… ■

Tous droits réservés à l'éditeur



Leader Réunion

Le magazine du commerce et de la grande distribution N° 198 • 2 € • MARS 2020

PARTENARIAT p.26

Carrefour et la Chambre d'Agriculture s'associent pour créer la 1ère filière réunionnaise de sucre de canne bio

RAYON BÉBÉ p. 42

Les géants se disputent le marché

David Cailleux, Directeur Général de COVINO, filiale du Groupe Castel à La Réunion

ENTREPRISE p.20

Covino : du savoir-faire au faire savoir

Tous droits réservés à l'éditeur



ÉDITO & SOMMAIRE

L'arrivée d'un nouveau directeur général en la personne de David Cailleux nous donne l'occasion de braquer notre projecteur sur Covino, une entreprise à la fois connue et méconnue, en ce début 2020. Connue : dès que le nom «Covino» est prononcé, on sait qu'il s'agit de la première entreprise qui commercialise les vins à la Réunion. On se souvient aussi qu'elle met des vins en bouteille. Ce qu'on sait moins, c'est qu'elle est une des plus anciennes entreprises réunionnaises puisque créée en 1954. Et qu'on parle d'une production de 4,5 millions de bouteilles par an ! Sinon, c'était un choix de Covino de rester discrète vis-à-vis des consommateurs de ses marques de vins.

COVINO : UNE ENTREPRISE MODERNE DE 66 ANS

Succédant à Philippe Vandercamer, David Cailleux prend les rênes d'une entreprise dynamique qu'il connaît bien. Une entreprise soutenue par le groupe Castel auquel elle appartient. Covino est le leader du marché du vin à la Réunion. Très active en GMS et en CHR, elle ré-exporte également depuis cinq ans des vins vers Madagascar, Maurice, Mayotte et les Seychelles. Sans oublier les caves Nicolas dont elle détient la franchise pour la Réunion et ces quatre pays. Il n'est donc pas anodin que le nouveau directeur général évoque les questions qu'il se pose sur l'image et la notoriété de l'entreprise. Sur sa nature réunionnaise, sur ses métiers, et même sur le moindre impact environnemental de l'importation du vin en vrac qu'en bouteilles… Des entreprises du secteur agro-alimentaire historiques réunionnaises, Covino est, en effet, probablement la moins familière du grand public. Quelle réflexion en tirer ? C'est à suivre. En attendant, en accueillant David Cailleux dans nos colonnes, nous espérons contribuer à la faire mieux connaître.

La rédaction

Tous droits réservés à l'éditeur



06 Finances publiques
38 000 foyers fiscaux gagnants en 2020

08 Enquête Insee
Les ménages réunionnais bien équipés

10 Plan Pêtrel
Les premiers contrats signés

11 Concours général agricole
Les médaillés 2020

12 Économie circulaire
Initiatives OI dans le Sud avec EDF

14 Entreprises réunionnaises
Qui est aux commandes ?

16 Nomination
Olivier Meyrueis, nouveau directeur régional d'EDF

26 Commerce
Les Comptoirs de la Bio continuent à fédérer les spécialistes indépendants

28 Bijouterie
OcéanOr récompense les créateurs Pei

30 Vindemia
Opération réussie pour venir en aide aux familles fragilisées

32 Achats Ventes
Cash Express démarre 2020 sous les meilleurs auspices

34 Pôle Santé Ouest
Une réalisation innovante signée Schüco

38 Production locale
Arrang'épicés : une nouvelle gamme Isautier

Tous droits réservés à l'éditeur

SOMMAIRE 05



David Cailleux, directeur général de Covino

20 Covino : du savoir-faire au faire savoir

David Cailleux est le nouveau directeur général de la Compagnie Vinicole de l'Océan Indien, plus connue sous son acronyme de Covino. Il a succédé en janvier à Jean-Philippe Vandercamer. Il y a dix ans, ce dernier fut l'artisan du recentrage de l'entreprise sur ses métiers de base : la mise en bouteille de vins, l'importation de vente de vins de propriété, ainsi que la bière et les spiritueux. Cette période vit aussi le développement de la franchise Nicolas. Et depuis cinq ans, Covino assure la ré-exportation de vins vers Madagascar, Maurice, Mayotte et les Seychelles. Autant de projets où David Cailleux a joué un rôle important, en développant le réseau de caves Nicolas et en nouant les partenariats de la nouvelle activité export. Pour Leader Réunion, il témoigne non seulement de son expertise en matière de vin, mais aussi de son attachement à l'entreprise et au groupe Castel auquel Covino appartient depuis 2004. D'où son intérêt pour l'image de Covino. Jusqu'à présent, l'entreprise s'est toujours montrée plutôt discrète volontairement, préférant s'effacer derrière ses produits. De fait, devant le rayon des vins d'une GMS, le consommateur ignore généralement que l'entreprise qui se trouve principalement derrière cette offre est une entreprise industrielle réunionnaise, une des plus anciennes... Le moment n'est-il pas venu de sortir de cette relative réserve ? Telle est la réflexion que porte le nouveau directeur général de Covino.



27 Convention de partenariat
Carrefour et la Chambre d'Agriculture s'associent pour créer la 1ere filière réunionnaise de sucre de canne bio



36 Production locale
Oikos, le plaisir divin !



42 Dossier
L'univers bébé, un marché concentré en perpétuelle innovation

40 Production locale
Comment mieux produire et consommer ?

50 Lancement
Mondelez accélère la croissance de sa gamme saisonnière de Pâques !

52 Chocolat
Au pays des Merveilles avec Mascarin !

54 Lancement
Pâques, c'est fort en chocolat avec Nestlé

56 Riz
Princesse Indiana : l'or blanc des Mahajaras

60 DPH
Rainett rayonne sur un marché en pleine expansion

64 Nettoyage durable
Les premiers produits conformes aux nouveaux critères de la Charte

74 Management
Le Top 15 des emplois en France en 2020

76 Formation
Par et pour les jeunes : PRODIJ !

78 Repreneurs d'entreprise
Sachez sortir du lot

80 Travail indépendant et salariat :
La frontière est parfois mince

82 Analyse
Les tendances mondiales des produits alimentaires et boissons pour 2030

90 Prévisions
Les ventes online augmenteront quatre fois plus vite que les ventes offline d'ici 2025

Tous droits réservés à l'éditeur



David Cailleux est le nouveau directeur général de la Compagnie vinicole de l'Océan Indien

Covino : du savoir-faire au faire savoir

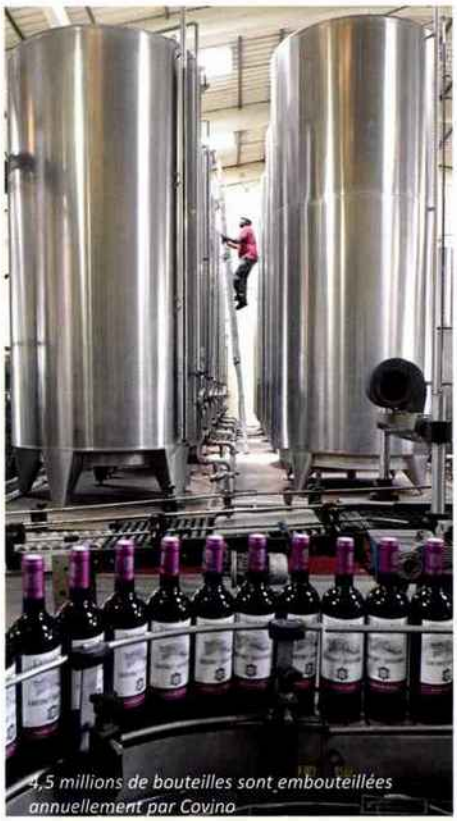
David Cailleux est le nouveau directeur général de la Compagnie Vinicole de l'Océan Indien, plus connue sous son acronyme de Covino. Il a succédé en janvier à Jean-Philippe Vandercamer. Il y a dix ans, ce dernier fut l'artisan du recentrage de l'entreprise sur ses métiers de base : la mise en bouteille de vins, l'importation de vente de vins de propriété, ainsi que la bière et les spiritueux. Cette période vit aussi le développement de la franchise Nicolas. Et depuis cinq ans, Covino assure la ré-exportation de vins vers Madagascar, Maurice, Mayotte et les Seychelles. Autant de projets où David Cailleux a joué un rôle important, en développant le réseau de caves Nicolas et en nouant les partenariats de la nouvelle activité export. Pour Leader Réunion, il témoigne non seulement de son expertise en matière de vin, mais aussi de son attachement à l'entreprise et au groupe Castel auquel Covino appartient depuis 2004. D'où son intérêt pour l'image de Covino. Jusqu'à présent, l'entreprise s'est toujours montrée plutôt discrète volontairement, préférant s'effacer derrière ses produits. De fait, devant le rayon des vins d'une GMS, le consommateur ignore généralement que l'entreprise qui se trouve principalement derrière cette offre est une entreprise industrielle réunionnaise, une des plus anciennes... Le moment n'est-il pas venu de sortir de cette relative réserve ? Telle est la réflexion que porte le nouveau directeur général de Covino.

Leader Réunion : Vous venez d'être nommé à la direction générale de Covino. Compte tenu de votre expérience de l'entreprise et du marché réunionnais, quel regard portez-vous sur le commerce local et la grande distribution ?

David Cailleux : Le commerce est dans l'ADN de Covino. Le business modèle de l'entreprise repose depuis ses débuts sur une étroite collaboration avec les commerces qui en assure la distribution vers le consommateur final. En prenant mon poste de directeur général, je me suis penché sur l'histoire de l'entreprise. Covino a été créé en 1954. L'activité d'embouteillage a commencé en 1957. Covino a évolué et s'est développée avec le commerce. Nous réalisons plus de 75 % de notre chiffre d'affaires avec la grande distribution et travaillons en étroite collaboration avec elle depuis de nombreuses années. Notre vocation est de satisfaire l'ensemble des enseignes à travers une offre adaptée à leurs besoins et aux attentes des consommateurs. Cela fait de nous non seulement un fournisseur, mais aussi un acteur de l'offre commerciale.

Parallèlement nous sommes présents sur le circuit CHR (cafés-hôtels-restaurants), une activité dynamique que nous avons développé ces dernières années pour mettre en valeur des marques que le consommateur peut retrouver ensuite dans le rayon de son supermarché. Je n'oublie pas non plus les grossistes avec lesquels nous collaborons étroi-

Tous droits réservés à l'éditeur



4,5 millions de bouteilles sont embouteillées annuellement par Covino





tement. Ils sont très importants pour nous, car c'est chez eux que s'approvisionnent les plus petits établissements de restauration qui recherchent nos produits. Enfin, depuis cinq ans, nous exportons des vins vers Madagascar, Maurice, Mayotte et les Seychelles.

Le commerce pour nous, c'est aussi l'enseigne Nicolas qui se positionne sur un marché du vin plus premium, avec une clientèle plus exigeante, toujours à la recherche de conseils.

Avec ces différents volets, je pense que nous sommes cohérents dans notre démarche commerciale en étant présent sur l'ensemble des circuits de distribution à la Réunion.

Les entreprises réunionnaises les plus anciennes ont souvent été des pionnières en ouvrant leur marché. Peut-on dire que Covino a construit le marché du vin à la Réunion ?

D.C. : J'aime bien questionner les anciens collaborateurs pour échanger sur l'histoire de l'entreprise et me raconter les débuts de l'activité. Ils m'expliquent comment on travaillait autrefois. Il faut savoir que Covino est installée au Port au même endroit depuis 1954. Covino à l'époque stockait le vin qui arrivait en bateau-citerne et le distribuait dans les boutiques et les supérettes après l'avoir mis en bouteille. Alors oui, je pense que Covino a été à l'origine du développement de ce marché à la Réunion. En 2004, lorsque le Groupe Castel a pris le contrôle à 100 %, l'identité de Covino - Compagnie Vinicole de l'Océan-Indien - n'en a pas changé pour autant. Au contraire. Le groupe Castel est un groupe aux valeurs familiales et en même temps ouvert sur l'international. En plus du secteur d'activité lié au vin, je pense qu'il s'est intéressé aussi à Covino parce que l'entreprise entretenait déjà une véritable histoire avec les Réunionnais. C'est une entreprise réunionnaise historique et pleinement impliquée dans l'économie locale.

Quelles sont vos activités et vos parts de marché en grande distribution et dans le circuit CHR dans le secteur du vin ?

D.C. : Notre poumon économique est la mise en bouteille industrielle, c'est-à-dire les vins importés en vrac. Je tiens à préciser qu'il s'agit bien de vins tranquilles et en aucun cas de vins reconstitués. Ils arrivent en citerne, sont stockés dans nos cuves et sont filtrés et contrôlés qualitativement avant d'être mis en bouteille sur notre site d'exploitation. Nous sommes la seule entreprise locale spécialisée dans ce métier de l'embouteillage. Notre outil industriel produit 4,5 millions de bouteilles de vin (équivalence 75 cl) par an. Peu de personnes le savent et sont souvent étonnées de l'apprendre. Parmi ces vins, nous retrouvons des marques historiques qui sont toujours aussi populaires, telles que Royal, Bouton d'Or ou encore Baron Peyssard. Ces trois marques historiques représentent toujours une demande importante de la clientèle.

Depuis le portefeuille de marques s'est développé et valorisé avec des IGP Indication Géographique Protégée (Teriana) et des AOC Appellation d'Origine Contrôlée avec des Bordeaux, Bergerac, Côtes du Rhône.

À côté des vins embouteillés à la Réunion, nous sommes aussi importateurs de vins. Nous faisons venir environ 850 000 bouteilles par an en conteneurs. Nous sommes ainsi le premier importateur local de vin. La répartition de notre activité vin en volume est de 85 % en vins embouteillés localement et 15 % en vins d'importation. Ce qui fait de nous le leader sur le marché réunionnais du vin, avec une part de marché approchant 38 % en incluant les ventes de l'enseigne Nicolas. Mais ce que je veux souligner aussi, à travers ces chiffres, c'est notre satisfaction de voir nos vins appréciés des consommateurs. Cette satisfaction est partagée par tous les membres de l'équipe Covino, nos 62 salariés et nos prestataires externes. Ce succès donne du sens à notre travail quotidien, il légitime nos recrutements et notre ambition à maintenir notre développement sur l'Île.

Tous droits réservés à l'éditeur



Comment se porte le marché du vin ?

D.C. : L'île a un type de consommation proche à celui de la métropole. Le vin trouve sa place sur les tables pour accompagner les repas. Un facteur important vient du fait que le consommateur réunionnais voyage beaucoup. Avec une démographie en croissance, je pense que le vin va continuer à gagner en volume. C'est un marché mature mais constamment en mouvement. Ça bouge beaucoup dans les rayons où l'offre de vins est pléthorique. C'est vrai aussi pour NICOLAS où le conseil vient en appui de l'offre. C'est le goût mais aussi l'envie de découvrir qui caractérise le consommateur réunionnais. Lorsqu'il entre dans une cave à vins, le consommateur, ici, n'est pas figé dans son choix. Il est ouvert à toutes suggestions. Le vin fait maintenant partie des habitudes de consommation pour accompagner les bons plats et cela dans tous les segments de prix.

Les vins étrangers profitent-ils aussi de cette dynamique ?

D.C. : Notre offre en vins d'Afrique du Sud reste relativement importante. On constate cependant une baisse en volume sur ce segment d'année en année. Il y a une dizaine d'années, les vins d'Afrique du Sud avaient le vent en poupe. La facilité de lecture du cépage sur les bouteilles jouait en leur faveur. Mais depuis 2009, l'organisation européenne commune du marché des vins a revu le système des catégories d'appellation. Ce changement a permis aux vins français de communiquer eux aussi sur le cépage et sur le millésime, ce qu'ils ne pouvaient pas faire auparavant. La meilleure compréhension de l'étiquette par le consommateur a profité aux vins de France.

Les grandes dates de Covino

1954 : création de la Compagnie vinicole de l'Océan Indien ou Covino (Guichard 50 %, Sapvin 50 %).
1957 : début d l'activité d'embouteillage.
1973 : rachat de la participation Guichard par Castel Frères.
1974 : fusion de Covino avec Ah Sing.
1982 : rachat de Sapvin par Castel Frères.
2000 : ouverture du premier magasin Nicolas.
2004 : Covino contrôlé à 100 % par Castel Frères et développement du CHR.
2009 : rupture avec Phoenix (bières), décision de redéveloppement.
2010 : développement des affaires et retour à la rentabilité.
2011 : nouvelle ligne d'embouteillage pour les vins dits « locaux ».
2012 : réorientation sur le cœur de métier, nouveau partenariat AB Inbev.
2013 : installation d'une ligne de conditionnement Bag In Box, ouverture de la sixième cave Nicolas à Saint-André.
2014 : lancement de la gamme TERIANA.
2015 : création de Covino Export et signature de la master franchise Nicolas.
2016 : lancement de la marque Marquis de Robitaille.
2017 : ouverture de la septième cave Nicolas à la Possession.
2019 : ouverture de la huitième cave Nicolas à Saint-Leu.

Tous droits réservés à l'éditeur



Collaboratrices et collaborateurs composent l'équipe de Covino

Dans la bière, Covino s'est taillé aussi une belle place à la Réunion. Où en êtes-vous sur ce marché ?

D.C. : La bière est un marché qui évolue. Ce segment représente à peu près 15 % de notre chiffre d'affaires et progresse d'année en année. Nous sommes présents sur les bières premium sur lesquelles on constate une demande croissante pour les bières d'abbayes, les bières de spécialité et traditionnelles. Nous importons plusieurs marques internationales et nous sommes le distributeur d'AB Inbev, le leader mondial de la bière. Nos marques les plus fortes sont Leffe, Hoegaarden, Stella Artois et, depuis deux ans, Corona qui attire de plus en plus de consommateurs. Nous distribuons également la THB des brasseries Star à Madagascar appartenant au groupe Castel. Toutes nos bières sont aujourd'hui distribuées dans tous nos réseaux, grande distribution, grossistes, CHR et magasins Nicolas. Comme pour les vins, notre présence à la fois en CHR et dans les commerces de l'Ile nous permet de jouer sur les deux tableaux : le client peut retrouver facilement en rayon la bière qu'il a appréciée au restaurant. Il est trop tôt pour savoir si nous rajouterons de nouvelles marques à notre portefeuille, mais il est clair que la bière fait partie intégrante de notre stratégie de développement.

Covino est également sur le marché du champagne. Un marché conséquent mais qui se caractérise depuis plusieurs années par la pression des marques à bas prix. Quel est votre positionnement dans le champagne ?

D.C. : Nous distribuons les champagnes de la Maison VPM, avec les marques Vranken, Demoiselle, Pommery et Heidsieck Monopole. Des marques connues et présentes à la Réunion depuis de nombreuses années. Les Réunionnais apprécient le champagne, c'est un marché très disputé avec de nombreux intervenants. Notre but, sur ce marché, est de continuer à satisfaire la clientèle qui apprécie les champagnes des Maisons que nous représentons. Nos ventes en progression montrent que nous y parvenons avec des produits de belle qualité à des prix accessibles. Mais nous ne sommes pas positionnés sur le marché des premiers prix. Nos partenariats avec ces Maisons sont anciens et ont du sens. Depuis un peu plus de cinq ans, nous sommes aussi distributeurs des champagnes Collet, une très belle marque tout en élégance ayant un positionnement plus tourné vers la gastronomie et les marchés spécialisés. Le champagne Collet est partenaire de Miss France depuis plus de 30 ans et, avec cette Maison, nous accompagnons ici le comité de Miss Réunion. Un beau partenariat qui apporte de la fantaisie et du plaisir à ce que nous faisons pour le plus grand plaisir des amateurs de fines bulles.

Dans les spiritueux, Covino agit en partenariat avec La Martiniquaise, avec des marques fortes comme le whisky Label 5, la vodka Poliakov ou les Portos Cruz. Quelle place occupez-vous ?

D.C. : Avec Label 5, nous sommes la deuxième marque préférée des Réunionnais sur le marché du whisky avec 9 %* de part de marché derrière Johnny Walker, mais dans une position appréciable lorsqu'on sait que le troisième fait moins de 3 %*.

Nous sommes également présents sur le marché de la Vodka avec la Poliakov, Téquila avec Tiscaz nouvelle marque Leader de la catégorie avec près de 45 % PDM vol* et Gin avec Gibson's en croissance (+1.1 pt de PDM vol*).

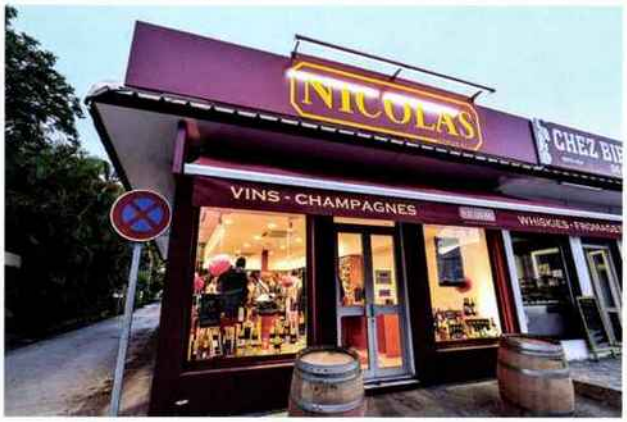
Pour résumer, comment définiriez-vous les grandes lignes de la stratégie de l'entreprise ?

D.C. : Il y a une dizaine d'années, Jean-Philippe Vandercamer, a recentré l'entreprise sur son cœur de métier avec trois principaux piliers de développement : la mise en bouteille des vins locaux, les vins importés et les bières. C'est d'ail-

Tous droits réservés à l'éditeur



Mickaël Clain, Caviste Nicolas Le Port




Emilien Brière, Chef des ventes Nicolas et Fabrice Saminaden, responsable CHR Vins&Champagnes

leurs en 2011 que nous avons investi dans un nouvel équipement industriel qui nous a permis de quasiment doubler nos capacités de production d'embouteillage de vin. Le partenariat avec AB Inbev en 2012 a suivi. Nous avons ouvert une ligne de conditionnement Bag In Box ® en 2013. Parallèlement, nous avons développé les caves Nicolas. Sans oublier le travail sur les champagnes et les alcools qui complètent notre offre de boissons. Et nous avons rajouté une corde à notre arc avec l'activité export, pour être présent à travers nos marques sur l'ensemble des canaux de distribution à La Réunion mais aussi dans la zone Océan-Indien.

Faire de la Réunion un hub pour le re-export de vins, était-ce un projet local ou une volonté du groupe Castel ?

D.C. : Cette réflexion a été menée en commun. La zone de l'Océan Indien était auparavant gérée par le département export de Castel Frères. Pour gagner en efficacité et proximité sur la gestion de ces marchés spécifiques à partir d'ici. Le groupe a confié à Covino la gestion de l'export sur Madagascar, Maurice, Mayotte et les Seychelles. Il nous a confié également la master franchise de l'enseigne Nicolas sur la même zone. Lorsque nous avons envoyé nos deux premiers containers en 2015, l'un vers Maurice, l'autre vers Madagascar, nous nous sommes dit : ça y est, Covino s'ouvre sur l'océan Indien, une avancée ! Avec l'export, nous avons appris un nouveau métier en nouant des partenariats avec des entreprises qui font chez elles ce que Covino fait à la Réunion. À m'y rendre ainsi depuis quatre ans, j'ai accumulé une grande richesse d'informations sur ces marchés. J'ai appris et compris beaucoup de choses. Je suis très satisfait de ces partenariats.

Le groupe Castel est le troisième intervenant mondial dans le vin, le premier en Europe, et un acteur majeur de la bière en Afrique. Qu'apporte l'appartenance à un groupe de cette dimension ?

D.C. : Tellement de choses. La première étant l'expertise, les vins du groupe Castel sont distribués dans plus de 110 pays, mais c'est aussi un groupe familial qui malgré sa dimension défend des valeurs. Nous savons que nous pouvons compter sur eux. Il y a un vrai dialogue, un vrai soutien pour répondre à nos problématiques locales. Et nous bénéficions avec le groupe Castel d'un retour d'expérience très enrichissant. Il y a également les vins du groupe que nous distribuons ou encore la qualité des vins des propriétés & vignobles : Castel Frères possèdent près de 1400 hectares de vignobles, nous bénéficions par exemple du travail qui a été réalisé avec la certification Terra Vitis qui garantit des vins produits dans des conditions durables et respectueuses de l'environnement. L'expérience de négoce du groupe nous est évidemment précieuse, nous distribuons des marques Leader comme Maison Castel, Baron de Lestac, Roche Mazet ou encore Malesan et développons également l'export grâce à elle. Quant à l'expérience de caviste, il faut savoir que l'enseigne Nicolas a été créé en 1822 et aurait inventé le métier de caviste avec le succès qu'on lui connaît ! Nous bénéficions avec le groupe Castel d'une expertise de très grande valeur sur nos trois parties : propriété, négoce et caviste.

Huit caves Nicolas à La Réunion, deux à Maurice et deux à Madagascar. Comment se porte l'enseigne et avez-vous le projet d'ouvrir de nouvelles caves, notamment à la Réunion ?

D.C. : L'enseigne a trouvé sa clientèle et est reconnue à La Réunion. Nous avions imaginé dix caves Nicolas sur l'île. Il y a sans doute encore un peu de place. Mais mon ambition n'est pas d'atteindre le chiffre de dix caves en tant que tel. C'est de faire en sorte que nos clients, où qu'ils se trouvent, disposent d'une cave Nicolas dans un rayon assez proche de chez eux

Tous droits réservés à l'éditeur

pour retrouver leur vin. Dans cette optique, je vais effectivement poursuivre un travail de découpe géographique pour regarder où nous pourrions ouvrir d'autres caves. Il faut quand même savoir qu'il existe 44 caves à la Réunion...

Plus généralement, quels sont vos projets ?
D.C. : Tout d'abord de poursuivre le travail accompli par mes prédécesseurs. L'entreprise me tient énormément à cœur et je suis un homme de développement, comme le montre mon parcours. Je suis arrivé chez Covino en 2011 pour prendre la direction des caves Nicolas. À l'époque, je rappelle qu'il existait cinq caves Nicolas à la Réunion. J'ai déménagé notre point de vente dionysien sur le Barachois pour en faire une cave avec un espace bar à vins. J'ai ouvert Saint-André, la Possession et plus récemment Saint-Leu. Parallèlement, la master franchise Nicolas nous a permis d'installer Nicolas à Madagascar et à Maurice. La partie export sur l'océan Indien était un autre projet qui nous tenait à cœur. Ce travail vise le long terme. En CHR, une dynamique commerciale s'est réenclenchée avec la volonté d'approfondir la relation avec nos clients historiques tout en gagnant de nouveaux clients. Sur nos différents marchés, nous pérennisons des partenariats solides afin d'avancer d'une manière qui soit toujours cohérente et pérenne. Tout cela pour vous montrer la dynamique générale qui est mon moteur.
L'entreprise doit continuer d'évoluer. Elle a besoin de poursuivre sa modernisation et de s'inscrire dans le futur, notamment à travers une meilleure digitalisation de nos outils et process. Nous devons nous mettre à jour dans ce domaine, comme toutes les entreprises. J'aimerais aussi mieux mettre en avant le nom de notre société. Je pense qu'il n'est pas assez reconnu. Comme je vous l'ai dit, beaucoup de personnes sont surprises en apprenant nos chiffres de production ! Le temps est peut-être venu de réfléchir à notre image et notre identité. Faire mieux connaître Covino et ses valeurs. Faire mieux connaître qui nous sommes, à commencer par notre nom complet : la Compagnie Vinicole de l'Océan Indien.
Nous sommes tous fiers de travailler dans cette entreprise qui non seulement est historique, mais demeure un acteur économique de premier plan et est tournée vers l'avenir. En plus, en ces temps où la responsabilité sociétale et environnementale interpelle toutes les entreprises, nous avons des arguments à faire valoir. Sélectionner le vin en vrac et le mettre en bouteille localement permet une meilleure optimisation du volume vin importé à la Réunion et est générateur d'emplois sur le territoire. Oui, je peux vous affirmer que, des préparateurs jusqu'aux vendeurs, on ressent une certaine fierté à travailler pour Covino.
À présent, c'est auprès des consommateurs que nous devrions mieux faire passer notre message avec, peut-être, une meilleure visibilité en rayon en nous différenciant. C'est une réflexion d'entreprise à mener ensemble avec l'appui de notre équipe du marketing et de la communication, en support de nos partenaires et de nos distributeurs.



Un homme de l'art devenu manager

À 44 ans, le nouveau directeur général de l'entreprise, David Cailleux, affiche une riche et belle expérience. C'est un sommelier de talent et voyageur qui a rejoint Covino en 2011 pour progresser au sein de l'entreprise. Sommelier de haut niveau, David Cailleux a commencé sa carrière au sein de grandes tables : Guy Savoy à Paris, The Summer Lodge au Royaume Uni, The Cellar Restaurant à Los Angeles. En 1995, c'est fort aussi d'une médaille d'argent du concours « Uns des Meilleur Apprenti de France » qu'il s'installe à la Réunion.
David Cailleux se fait d'abord connaître pour son expertise au sein du Savour Club et crée en 2008 un organisme de formation proposant des cours de sommellerie et de connaissance du vin pour des amateurs et professionnels passionnés par le vin. Durant cette période, David Cailleux intervient également à l'école hôtelière Vatel de l'île Maurice et forme les équipes du groupe Accor Afrique et Océan Indien.
Rien d'étonnant en conséquence à ce que Philippe Vandercamer fasse appel à lui en 2011 pour développer l'enseigne Nicolas à la Réunion. David Cailleux complète alors sa connaissance du vin et son expérience pédagogique par un solide bagage en gestion et management en suivant plusieurs formations de haut niveau dont un Global Executive MBA Sorbonne Business School. En 2015, il se voit confier la master franchise Nicolas et l'export dans l'Océan Indien. Puis, en 2018, la direction CHR, dernière étape avant une nomination logique à la direction générale de Covino en janvier 2020.

Vous souhaitez valoriser l'entreprise Covino auprès des consommateurs ?
D.C. : Exactement. En plus de tous les vins d'importation, et de notre métier d'agent de marques, nous sommes une entreprise industrielle réunionnaise. Beaucoup de gens consomment nos vins et je voudrais qu'ils puissent identifier l'entreprise derrière cette offre, et les personnes qui œuvrent dans cette entreprise afin de les satisfaire.
Je souhaite que nos clients soient fiers d'acheter et de consommer des vins « mis en bouteille à La Réunion ».

*Données IPSOS Décembre 2019

Propos recueillis par Olivier Soufflet
Photos : Pierre Marchal - Stéphane Repentin

Tous droits réservés à l'éditeur

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

MAI 2020



Omnicom Public Relations Group


VAL DE LOIRE
VINS DU MONDE
ESPACE CADEAUX
NICOLAS
4 bouteilles = 22€

PRODUITS

Cuisine Actuelle Hors-Série
Pays : France
Périodicité : Bimestriel
OJD : 112806





Date : Mai - juin 2020
Page de l'article : p.90-91

EN CAVE

Le charme savo

À l'apéritif ou au repas, ils séduisent : du fruit et de la fraîcheur. **Simples ou complexes, les rosés** de notre sélection sont tous joyeusement gouleyants.





1 Luxueux

Un nez de citron mûr, de pêche blanche et de fruits exotiques mêlés à des notes florales. On aime sa finesse et sa fraîcheur, le tout dans un joli flacon et... à un prix qui va avec !

Côtes-de-provence 2019, Ultimate Provence, 16,50 €, *chez les cavistes.*

2 Aromatique

Issu de vignes cultivées en agriculture biologique, ce rosé associe le charme des fruits rouges et la fraîcheur des agrumes. Vif, tout en finesse mais pas sans caractère, il s'accordera superbement avec des gambas rôties.

AOP coteaux-d'aix 2019, cuvée Marina, Domaine La Bargemone, 9,95 €, *dans les magasins Monoprix.*

3 Gourmand

Une appétissante robe grenadine pour ce vin aux saveurs de petits fruits rouges qui enchantent. Un rosé à réserver à des accras de morue ou à un bar aux légumes du soleil.

AOP côtes-du-roussillon 2019, Sisquò, Château de Rey, 9,50 €, *chez les cavistes.*

4 Charmeur

Gorgé de fruits rouges comme la framboise et la groseille, il s'entoure de notes d'agrumes qui le rendent frais. Aromatique et bien équilibré, il se boit sur un ceviche de daurade ou un tartare de saumon.

AOP languedoc 2019, Ô de Rosé, Maison Lorgeril, 8,90 €, *magasins Monoprix.*

5 Biologique

Ce rosé séduit par ses notes de framboise, de pamplemousse rose et de pêche blanche. Une complexité aromatique qui va de pair avec une bonne ampleur et de la fraîcheur. À boire avec une pizza aux fruits de mer.

AOP costières-de-nîmes, Expression rosé, Château Beaubois, 7 €, *cavistes.*

6 Girondin

Des arômes tout simples de pamplemousse et de petits fruits rouges. Ce vin qui flatte les papilles se montre désaltérant jusqu'à sa finale d'agrumes. On le déguste à l'apéritif sur une petite friture ou avec des toasts au chèvre frais.

AOP bordeaux 2019, Carrelet d'Estuaire, Confidences, cave de Tutiac, 6,90 €, *sur le site de la cave.*

Tous droits réservés à l'éditeur

Cuisine Actuelle HORS SÉRIE
Pays : France
Périodicité : Bimestriel
OJD : 112806

Date : Mai - juin 2020
Page de l'article : p.90-91

ureux des rosés

7 Nature

Sans soufre et provenant de vignes bio, ce rosé au charme simple s'appuie sur des saveurs nettes de pamplemousse, de framboise et de poivre blanc. Ses rondeurs, là où il faut, en attaque et en milieu de bouche, laissent la place à une finale fraîche. Il est parfait avec des brochettes de viande ou de poissons cuites sur le barbecue.

IGP méditerranée 2019, Cépage Libre, 4,50 €, *Hypermarchés Carrefour.*

8 Charnu

Sous une robe pâle, ce rosé offre un nez d'abord floral, puis qui exprime tout le registre des baies rouges. Il séduit par sa rondeur et sa simplicité, jusqu'à une finale très rafraîchissante. Un vin à réserver à l'apéritif, sur des feuilletés au fromage.

Bordeaux 2018, Château Chapelle d'Aliénor, 4,90 €, *chez les cavistes.*

9 Gouleyant

Avec sa robe couleur d'aube et ses parfums de fraise des bois, de pêche de vigne et de framboise, ce vin joue la séduction. Bien équilibré, délicat et soyeux, ce rosé bio ouvre la voie à une belle assiette de jambon de pays à l'heure de l'apéro.

AOP coteaux-d'aix 2019, Château Montaurone, 4,60 € *Carrefour Market.*





10 Doué

Cette cuvée toute simple mais efficace joue sur le fruit sans faire de chichis. Un vin d'apéritif à verser pendant que le barbecue se prépare, en grignotant des chips de betterave.

IGP d'oc 2018, Chai Mas, 5,90 €, *cavistes Nicolas.*

11 Facile

Légèrement épicé, parfumé aux petits fruits des bois et à la pêche blanche, ce vin traduit bien l'esprit des rosés corses : du charme, un équilibre bien campé entre corpulence et légèreté. On le servira avec des calamars grillés ou une bruschetta.

AOP corse 2018, A Casetta, 8,30 €, *cavistes Nicolas.*

12 Aérien

Un beau rosé tout en nuances, dont on adore le nez de fleurs blanches et de pêche blanche. La bouche savoureuse et veloutée, agréablement acidulée, évoque toute la légèreté d'un matin d'été. On le proposera à l'apéritif, pour escorter des crevettes grises ou des coques.

IGP méditerranée 2019, Figuière Méditerranée, 9,90 € *en exclusivité au Repaire de Bacchus.*

Par Marie Grézard

Tous droits réservés à l'éditeur

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. À consommer avec modération.

Des rosés à moins de 20 euros disponibles en un clic

Publié le 07/05/20 par **Valérie Faust**



Photo : My Vitibox

Notre sélection de vins à petits prix des Côtes-de-Provence, Bandol, Baux-de-Provence et coteaux-varois.

LES CÔTES-DE-PROVENCE

CHÂTEAU LES CROSTES
Soyeux, ample, suave, à la fois intense et aérien, parfaitement équilibré, il évolue avec grâce et harmonie entre matière, sapidité, vivacité, élégance et gourmandise.
8,92 € x 6 (**chateau-les-crostes.com**)
Note Le Figaro : 18/20

DOMAINE DE TAMARY
Sa rondeur en bouche n'a d'égales que son élégance et l'équilibre entre gourmandise, saveurs et tension.
10,70 € x 6 (**lacavetriechateau.com**)
Note Le Figaro : 17/20

CHÂTEAU DE L'AUMERADE
Marie-Christine
Un cru classé fringant, gouleyant, plaisamment fruité, aux saveurs agréables de fruits mûrs

(mandarine).
ii,70 € x 6 (**aumeradeshop.com**)
Note Le Figaro : 16/20

CHÂTEAU LA GORDONNE
La Chapelle Gordonne
La bouche prend corps lentement, nuancée, sur des notes fleuries, distinguées, soulignée par une finale alerte, pimpante et saline.
13 € (nicolas.com)
Note Le Figaro : 16/20

CHÂTEAU DE CHAUSSE
De la finesse pour ce vin bio frais et léger, minéral et épicé en finale, joliment dominé par les fruits bien mûrs.
13,50 € x 6 (**chateaudechausse.fr**)
Note Le Figaro : 16/20

CHÂTEAU SAINTE-ROSELINE
Lampe de Méduse 2019
Une cuvée fraîche, légère, très aromatique. Christian Lacroix signe et enserre le flacon d'un motif de dentelle blanche.
13,60 € x 6 (**boutique-sainteroseline.com**)
Note Le Figaro : 17/20

FIGUIÈRE
Première
Bouche ample, épicée, croquante, généreuse, et une finale longue agrémentée d'une délicate note iodée.
15,40 € (**vinatis.com**)
Note Le Figaro : 16,5/20

MINUTY
Prestige
Il parade dans son élégant flacon, s'élance en bouche, suave, ciselé, délectable, très frais et minéral (salin).
15,95 € x 2 (**vinatis.com**)
Note Le Figaro : 17/20

LA MADRAGUE
Cuvée Claire
Savoureuse, la cuvée bio exhale des notes de fruits exotiques tandis que la bouche ample, pleine, révèle complexité, distinction, une finale iodée. On ne s'en lasse pas.
17,35 € x 6 (**lesvinsdelamadrague.com**)
Note Le Figaro : 17/20

AUTRES APPELLATIONS
MIRAVAL
Studio by Miraval, IGP méditerranée
Il mêle allègrement et en beauté, fruit, légèreté, jolis amers (pamplemousse) et tension. Un vrai

plaisir.
8,90 € (**vinatis.com**)
Note Le Figaro : 16,5/20

DOMAINE LA SUFFRENE
Bandol
Du tempérament et de la matière pour ce cru charmeur, vineux, épicé, gorgé de soleil, pourvu d'une finale délicieuse.
13,90 € (**1jour1vin.com**)
Note Le Figaro : 17,5/20

CHÂTEAU MARGUI
Coteaux-varois-en-provence
La robe de ce vin bio est si pâle qu'elle semble presque blanche. Délicieux, très rond, avec un formidable équilibre entre rondeur, vivacité et fraîcheur.
16 € x 6 (**meilleur-vin-provence.com**)
Note Le Figaro : 16,5/20

CHÂTEAU ROMANIN
Les baux-de-provence
Large, harmonieux, épicé, ce vin biodynamique séduit par sa finesse, sa complexité. Exquis, à la fois rond et vif, minéral, salivant, il montre une belle tenue en bouche, élégante.
17,50 x 6 € (**meilleur-vin.fr**)
Note Le Figaro : 17/20

CHÂTEAU D'ESTOUBLON
Les baux-de-provence
Plaisamment perlante en attaque, la bouche devient ronde, croquante, charnue, fruitée équilibrée entre puissance et vivacité.
17,55 € (**lesgrappes.com**)
Note Le Figaro : 16,5/20

Contenus sponsorisés

Vous avez plus de 10 ans ? Vous devez absolument essayer ce jeu

Jouez ceci pendant 1 minute et voyez pourquoi tout le monde est accro!

CENTRE PRESSE
LE QUOTIDIEN DE LA VIENNE

Date : 05 mai 2020

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 20540

>> VIN

Les Jamelles Clair de rose 2019

Véritable ambassadeur languedocien, ce rosé Les Jamelles Clair de rose 2019 de la Maison Badet Clément nous promet de douces soirées estivales. Il séduit par sa fraîcheur et une belle palette aromatique. Cet assemblage de grenache et cinsault a le profil parfait du rosé méditerranéen. Élégant, floral et fruité, frais et rond en bouche... on fond ! Il se distingue par sa couleur rose très claire, et des arômes floraux et fruités (framboise et grenadine) qui s'expriment en bouche.

Prix moyen 6,95 €
en vente chez Nicolas,
les cavistes et
LesVinsdeCarole.com



Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 05/05/2020
Heure : 05:04:00

Centre Presse

www.centre-presse.fr
Pays : France
Dynamisme : 55

Visualiser l'article

Les Jamelles Clair de rose 2019



pbruyere
Véritable ambassadeur languedocien, ce rosé Les Jamelles Clair de rose 2019 de la Maison Badet Clément nous promet de douces soirées estivales. Il séduit par sa fraîcheur et une belle palette aromatique. Cet assemblage de grenache et cinsault a le profil parfait du rosé méditerranéen. Élégant, floral et fruité, frais et rond en bouche... on fond! Il se distingue par sa couleur rose très claire, et des arômes floraux et fruités (framboise et grenadine) qui s'expriment en bouche.

Prix moyen 6,95€
en vente chez Nicolas,
les cavistes et
LesVinsdeCarole.com

Tous droits réservés à l'éditeur



PRODUITS

RICARD BIO

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

www.bioaddict.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Ricard lance sa gamme de pastis bio

Ricard lance une nouvelle gamme de Pastis de Marseille fruités et certifiés bio qui associent l'Anis vert aux arômes de citron et d'amande.



Ricard lance sa gamme de pastis de Marseille fruités bio, au citron et à l'amande
ous souhaitez créer la surprise lors de vos apéros bio de l'été ? voici 2 bouteilles qui vont faire sensation : Ricard Amande et Ricard Citron. Cette nouvelle gamme de pastis de Marseille bio, en vente depuis le 6 mai en exclusivité chez les cavistes Nicolas, est élaborée avec des ingrédients 100% d'origine naturelle, certifiée Agriculture Biologique et fabriquée en France.
Ces deux nouvelles recettes associent l'anis vert aux arômes naturels du citron et de l'amande, à déguster très allongées de 7 à 10 volumes d'eau et de glaçons pour plus de fraîcheur.

"Un Ricard bio sinon rien" ? Comptez quand même 25 euros pour une bouteille de 70 cl, à découvrir sur le site www.nicolas.com/fr .

Et on oublie pas, l'abus d'alcool (même bio) est dangereux pour la santé. Consommez avec modération !

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Manager de l'alimentaire
Pays : FR
Périodicité : Bimensuel





Date : Du 15 au 28 mai 2020
Page de l'article : p.12

Bio-végétal

Ricard s'attaque au bio

I. Ricard associe l'anis vert dans 2 recettes bio :

- citron
- amande



Ces 2 pastis de Marseille sont à consommer en long drink ou en cocktail (Nicolas, bars et cavistes, 25€, 70cl).

Après "l'anis issu de plantes fraîches" en 2018, Ricard affiche ainsi son ambition de valoriser les anisés.

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Monde du Tabac

www.lemondedutabac.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Tendances boissons : Ricard se met au pastis … bio



Dans les spiritueux, le passage au bio se fait plutôt timide : c'est encore l'apanage d'acteurs de niche ou artisanaux, aux tarifs plutôt élevés. Avec le lancement de deux produits, Ricard est la première marque grand public à s'y mettre.

La griffe lance des versions de pastis – à la fois bio et fruités – avec, pour l'un, des notes de **citron** et, pour l'autre, **d'amande**.

•• « *Il faut **valoriser la catégorie des anisés,** qui a des atouts comme l'origine naturelle de ses ingrédients, et casser les codes pour éliminer les clichés* » estime, dans *Les Échos*, **Isabelle Pernet**, manager innovation de Ricard.

Au bio répond aussi l'association de l'anis vert à deux goûts différents. « *Ces pastis apportent de la modernité. Ils s'adressent en particulier à des **gens de 25-30 ans à l'affût de nouveaux produits**. Ils ont besoin d'être rassurés sur l'environnement et recherchent d'autres saveurs* » poursuit-elle. En outre, ces références se boivent avec 7 à 10 volumes d'eau, ce qui diminue leur teneur en alcool.

•• Toutefois, ces produits sont réservés, pour le moment, aux **cavistes** avec une commercialisation dans le réseau de Nicolas à partir du 6 mai. Un choix tenant à la recherche de proximité en centre-ville et au besoin de recommandation des consommateurs que la griffe espère toucher. À 25 euros les 70 cl, son positionnement prix est plus élevé que la recette d'origine.

•• La marque du groupe Pernod Ricard accélère, ainsi, le **rythme des innovations pour élargir ses publics** (voir 3 octobre 2019).

En 2018, elle avait déjà mis sur le marché, notamment dans les cafés-restaurants, **Ricard Plantes Fraîches**, qui repose sur la mise en place d'une filière de production d'anis en Provence. Et qui vise plutôt les 30-40

Tous droits réservés à l'éditeur

www.lemondedutabac.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

ans. « *L'époque est à la diversité et à la segmentation. Les marchés sont fragmentés, les besoins différents* » remarque Isabelle Pernet.

•• Pour la nouvelle gamme « Pastis bio », le contexte du coronavirus n'a rien changé à la date de lancement. Nicolas a rouvert son réseau quinze jours après le début du confinement, avec un protocole assurant le zéro contact, et a vu ses ventes en ligne bien progresser.

Tous droits réservés à l'éditeur

Client	OMNICOM PUBLIC RELATIONS
Contact	
Mot-clé	NICOLAS
Chaîne / Station	BFM BUSINESS
Diffusion	06/05/2020 - 07:58:00
Durée	00:01:19
Emission	JOURNAL
Présentateur	FAIZA GAREL-YOUNSI
Rubrique	



Ecouter / Regarder cette alerte

08:08:24
Ricard veut surfer sur la tendance bio, fruitée, une stratégie industrielle cruciale. 08:08:54 Reportage de Théo Lépioda se penchant sur ce pari lancer un spiritueux bio à destination du grand public tout en misant sur la rareté car les produits seront disponibles uniquement chez les cavistes du réseau Nicolas.

Client	OMNICOM PUBLIC RELATIONS
Contact	
Mot-clé	NICOLAS
Chaîne / Station	BFM BUSINESS
Diffusion	06/05/2020 - 05:58:00
Durée	00:01:21
Emission	JOURNAL
Présentateur	FAIZA GAREL-YOUNSI
Rubrique	



Ecouter / Regarder cette alerte

06:09:29
Le groupe Ricard élargit sa gamme avec de nouvelles boissons en revisitant ses produits par deux nouveaux produits estampillés agriculture biologique et fruités. Une véritable stratégie industrielle visant à attirer une clientelle bien plus jeune. 06:09:58 Reportage de Théo Lépioda se penchant sur ce pari lancer un spiritueux bio à destination du grand public tout en misant sur la rareté car les produits seront disponibles uniquement chez les cavistes du réseau Nicolas.

Date : 05/05/2020
Heure : 04:29:20
Journaliste : Christelle Magaud

zepros.fr
Pays : France
Dynamisme : 7

Visualiser l'article

Un pastis bio, sinon rien !



Version citron ou amande ? Voici les deux elixirs bio lancés par Ricard, la marque N°1 des anisés en France ! Sacrée nouveauté, à destination des 25-30 ans, peu adeptes jusque là des boissons anisés !

Autre élément inédit : ces produits sont réservés aux cavistes avec une commercialisation dans le réseau de Nicolas, une enseigne à la fois de proximité et urbaine, à partir du 6 mai. Le coût ? 25 euros les 70 cl. Ce qui fait le produit à 35 € le litre, soit 75 % plus cher que la version originale de Ricard vendue en grande distribution. Un positionnement élevé , qui en fait un sacré pari. Mais la marque iconique ose !

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Le lancement a été maintenu malgré le coronavirus. Côté communication, une campagne digitale sera lancée ce mois-ci. Juste, les dégustations pour faire connaître les produits, se feront plus tard.

Pour rappel, en GMS, la catégorie des anisés affiche un chiffre d'affaires d'1,08 milliard d'euros en 2019 (Iri,) pour 61,7 millions d'unités vendues.

Tous droits réservés à l'éditeur





Ricard s'invite sur la tendance du bio

SYLVIE LEBOULENGER | BOISSONS, BOISSONS ALCOOLISÉES, PERNOD RICARD

La marque N°1 des anisés en France veut réveiller son marché avec deux recettes siglées AB. Celles-ci cumulent deux tendances, le bio et le fruité. C'est un pari ambitieux car le bio est à ce jour peu présent au rayon des spiritueux. Et, les rares marques du rayon à croire au bio sont artisanales, voire locales et non d'une dimension de celle de Ricard.



Ricard lance d'un seul coup deux élixirs bio. © Studio 5.5

Ne dites plus « Un Ricard, sinon rien !» mais plutôt « Quel Ricard vais-je choisir ? ». En effet, la marque née en 1932 et longtemps centrée sur sa recette d'origine, élargit son champ des possibles. Après Ricard Plantes Fraîches, lancement audacieux de 2018, la marque du groupe Pernod Ricard élargit sa gamme à deux boissons anisées bio. Deux parce que chacune est fruitée, l'une au citron, l'autre à l'amande. Le citron promet des notes fraîches et acidulées tandis que l'amande propose de la douceur et de la désaltération, le tout avec une « sensation frangipanée ».

Dans un réseau de proximité

Pour le moment, ces deux anisés bio seront en vente chez le caviste Nicolas. Un choix différent de celui de Ricard Plantes Fraîches qui, à son époque, avait été lancé partout en même temps, ce qui avait peut-être nui au caractère artisanal qu'avait voulu donner le groupe à cette nouveauté de 2018. Pernod Ricard a donc préféré réserver ces nouveautés de 2020, au prix élevé parce que bio - 25 euros, la bouteille de 70 cl – à une enseigne à la fois de proximité et urbaine. Car, sans nul doute, le géant des spiritueux va chercher avec ces deux Ricard bio à capter l'attention d'une cible qui a délaissé les anisés, les jeunes adultes. Ceux-ci cherchent souvent des raretés que l'on ne trouve pas partout, ni tout le temps. Ils dénicheront donc celles-ci chez Nicolas dans un premier temps.

Tous droits réservés à l'éditeur

Rappelons qu'en GMS, la catégorie des anisés reste énorme, avec un chiffre d'affaires d'1,08 milliard d'euros en 2019 (Iri, tous circuits) pour 61,7 millions d'unités vendues. Las. Les ventes en volume s'érodent (-6,9%) tandis qu'elles se maintiennent tout juste en valeur (-1%). Offrir un éventail de recettes est le choix de Ricard pour valoriser ce marché.

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 04/05/2020
Heure : 14:39:58
Journaliste : Ugo BRUSETTI

www.rayon-boissons.com
Pays : France
Dynamisme : 2

Visualiser l'article

Ricard sort deux pastis bio chez Nicolas

Deux ans après l'innovation Ricard plantes fraîches, la marque iconique dévoile deux nouveautés labellisées AB. Celles-ci seront disponibles à partir du 6 mai uniquement chez les cavistes Nicolas. Une sortie en grande distribution n'est pour le moment pas prévue.

En 86 ans d'existence, **Ricard** n'avait jamais innové. Et voilà qu'en deux ans, la marque emblématique du portefeuille de **Pernod Ricard** sort trois déclinaisons différentes de son célèbre pastis. Après l'apparition en 2018 de la version « plantes fraîches » sur les circuits GMS et CHR, deux nouvelles innovations viennent donc renforcer la gamme.



Labellisés bio, **ces deux pastis titrant 45° associent l'anis vert à l'amende pour l'un, et au citron pour l'autre** . Les codes du packaging s'apparentent à ceux de la cuvée « plantes fraîches » avec une bouteille de 70 cl verte et des étiquettes classiques aux dessins vintages. Seul le logo AB apporte une vraie rupture. Il s'agit d'ailleurs de l'information majeure. Jamais une marque de spiritueux d'une telle ampleur ne s'était aventurée sur le créneau du bio. Cela a évidemment un impact considérable sur **le prix de vente, établi à 25 € les 70 cl** . Cela amène le produit à 35 € le litre, soit 75 % plus cher que la version originale de Ricard vendue en grande distribution.

Ces deux éléments expliquent sans doute la commercialisation restreinte aux seuls magasins Nicolas de ces deux nouveautés. Celles-ci ne seront en effet pas disponibles en GMS et aucune sortie prochaine n'a été communiquée par le groupe français. Il serait malgré tout étonnant de ne pas la voir intégrer les rayons dans un futur proche.

Tous droits réservés à l'éditeur



Ricard s'invite sur la tendance du bio

SYLVIE LEBOULENGER | BOISSONS, BOISSONS ALCOOLISÉES, PERNOD RICARD

PUBLIÉ LE 04/05/2020

La marque N°1 des anisés en France veut réveiller son marché avec deux recettes siglées AB. Celles-ci cumulent deux tendances, le bio et le fruité. C'est un pari ambitieux car le bio est à ce jour peu présent au rayon des spiritueux. Et, les rares marques du rayon à croire au bio sont artisanales, voire locales et non d'une dimension de celle de Ricard.



Ricard lance d'un seul coup deux élixirs bio. © Studio 5.5

Ne dites plus « Un Ricard, sinon rien !» mais plutôt « Quel Ricard vais-je choisir ? ». En effet, la marque née en 1932 et longtemps centrée sur sa recette d'origine, élargit son champ des possibles. Après Ricard Plantes Fraîches, lancement audacieux de 2018, la marque du groupe Pernod Ricard élargit sa gamme à deux boissons anisées bio. Deux parce que chacune est fruitée, l'une au citron, l'autre à l'amande. Le citron promet des notes fraîches et acidulées tandis que l'amande propose de la douceur et de la désaltération, le tout avec une « sensation frangipanée ».

Dans un réseau de proximité

Pour le moment, ces deux anisés bio seront en vente chez le caviste Nicolas. Un choix différent de celui de Ricard Plantes Fraîches qui, à son époque, avait été lancé partout en même temps, ce qui avait peut-être nui au caractère artisanal qu'avait voulu donner le groupe à cette nouveauté de 2018. Pernod Ricard a donc préféré réserver ces nouveautés de 2020, au prix élevé parce que bio - 25 euros, la bouteille de 70 cl – à une enseigne à la fois de proximité et urbaine. Car, sans nul doute, le géant des spiritueux va chercher avec ces deux Ricard bio à capter l'attention d'une cible qui a délaissé les anisés, les jeunes adultes. Ceux-ci cherchent souvent des raretés que l'on ne trouve pas partout, ni tout le temps. Ils dénicheront donc celles-ci chez Nicolas dans un premier temps.

Rappelons qu'en GMS, la catégorie des anisés reste énorme, avec un chiffre d'affaires d'1,08 milliard d'euros en 2019 (Iri, tous circuits) pour 61,7 millions d'unités vendues. Las. Les ventes en volume s'érodent (-6,9%) tandis qu'elles se maintiennent tout juste en valeur (-1%). Offrir un éventail de recettes est le choix de Ricard pour valoriser ce marché.

COVID19 Reportez vos paiements de factures et loyers

PUBLICITÉ Covid19 - Face à la crise, vous pouvez reporter le paiement de vos loyers, des factures d'eau, d'électricité et de gaz.

Contenu proposé par **MINISTERE ECONOMIE ET FINANCES**

EFFECTUER UNE AUTRE RECHERCHE

A LIRE AUSSI



Joël Spies (Hauller) « Fermer trois semaines nous a permis de rouvrir en toute sécurité »



[Coronavirus] iDealwine organise une vente aux enchères au profit de #ProtegeTonSoignant



Ricard Plantes fraîches se mobilise pour les abeilles



Les apéritifs s'adaptent face à la concurrence



Les leu

CARNET DES DÉCIDEURS

Stéphanie Durroux
Directrice marketing de la société Ricard

Sophie Gallois
Directrice marketing de Ricard

TOUS LES DÉCIDEURS

Les Echos

Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 122744





Date : 04 mai 2020
Page de l'article : p.9
Journaliste : Clotilde Briard

ENTREPRISES

Ricard se met au pastis bio, léger et fruité

Désireux de toucher une nouvelle clientèle, le pastis iconique est la première marque grand public de spiritueux à miser sur le bio. Ses deux nouveautés, version citron ou amande, visent en priorité les 25-30 ans.

Clotilde Briard
@ClotildeBriard

Le bio est devenu un passage obligé pour bon nombre de poids lourds de l'alimentaire. Mais, dans les spiritueux, il se fait bien plus timide. Il reste l'apanage d'acteurs de niche ou artisanaux, aux tarifs plutôt élevés. Avec le lancement de deux produits, Ricard est la première marque aussi grand public à s'y mettre.

La griffe lance des versions de pastis à la fois bio et fruité, avec, pour l'un, des notes de citron et, pour l'autre, d'amande. Une double nouveauté pour elle. Autre première : ces produits sont réservés aux cavistes avec une commercialisation dans le réseau de Nicolas à partir du 6 mai.

Apporter de la modernité

« Il faut valoriser la catégorie des anisés, qui a des atouts comme l'origine naturelle de ses ingrédients, et casser les codes pour éliminer les clichés », estime Isabelle Pernet, manager innovation de Ricard. Au bio répond aussi l'association de l'anis vert à deux goûts différents. *« Ces pastis apportent de la modernité. Ils s'adressent en particulier à des gens de 25-30 ans à l'affût de nouveaux produits. Ils ont besoin d'être rassurés sur l'environnement et recherchent d'autres saveurs »*, poursuit-elle. En outre, ces références se boivent avec 7 à 10 volumes d'eau, ce qui diminue leur teneur en alcool.

Le choix des cavistes tient à la recherche de proximité en centre-ville et au besoin de recommandation des consommateurs que la griffe espère toucher. A 25 euros les 70 centilitres, son positionnement prix est plus élevé que la recette d'origine.

La marque du groupe Pernod Ricard accélère le rythme des innovations pour élargir ses publics. En 2018, elle avait déjà mis sur le marché, en grande distribution et dans les cafés-restaurants, Ricard Plantes Fraîches, qui repose sur la mise en place d'une filière de production d'anis en Provence. Et qui vise plutôt les 30-40 ans. *« L'époque est à la diversité et à la segmentation. Les marchés sont fragmentés, les besoins différents »*, remarque Isabelle Pernet.

Le lancement se situe dans la continuité des projets annoncés par le groupe à l'automne pour reconquérir le marché hexagonal sur l'ensemble de son portefeuille et s'adapter à l'émergence d'un nouveau consommateur, notamment via un plan d'innovation. Tous acteurs confondus, en grande distribution, les ventes de spiritueux anisés, deuxième catégorie derrière le whisky, étaient en recul en 2019, plus en volume qu'en valeur.

Campagne digitale

Pour la nouvelle gamme, le contexte du coronavirus n'a rien changé à la date de lancement. Nicolas a rouvert son réseau quinze jours après le début du confinement avec un protocole assurant le zéro contact et a vu ses ventes en ligne bien progresser. Côté communication, une campagne digitale sera lancée ce mois-ci. Les dégustations pour faire connaître les produits, ce sera, en revanche, pour bien plus tard. ■

Tous droits réservés à l'éditeur



CORPORATE

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

LE MAIL AGROALIMENTAIRE

Pays : FR
Périodicité : Mensuel



Date : Mai 2020

Le caviste NICOLAS propose un service de conseil et de paiement sécurisé par téléphone. Les clients doivent retirer leur commande en magasins (rouverts depuis le 1er avril) mais le procédé limite ainsi les contacts physiques.

Tous droits réservés à l'éditeur

Où faire ses courses en ligne avec livraison sans sortir de chez soi ?

Par Coraline le 5 mai 2020

Ajoutez un commentaire | Envoyer par email | Partager | Tweeter





Prise de Commandes & Livraison
Testez le Système de Livraison de Commandes avec notre Outil Personnalisable Wysifood !
Wysifood Officiel ®
Nous contacter

Ne manquez aucun de nos tests et bons plans !

S'INSCRIRE À LA NEWSLETTER

Derniers articles


Ecolibri Box


Pandacraft 3-7 ans, Mai 2020

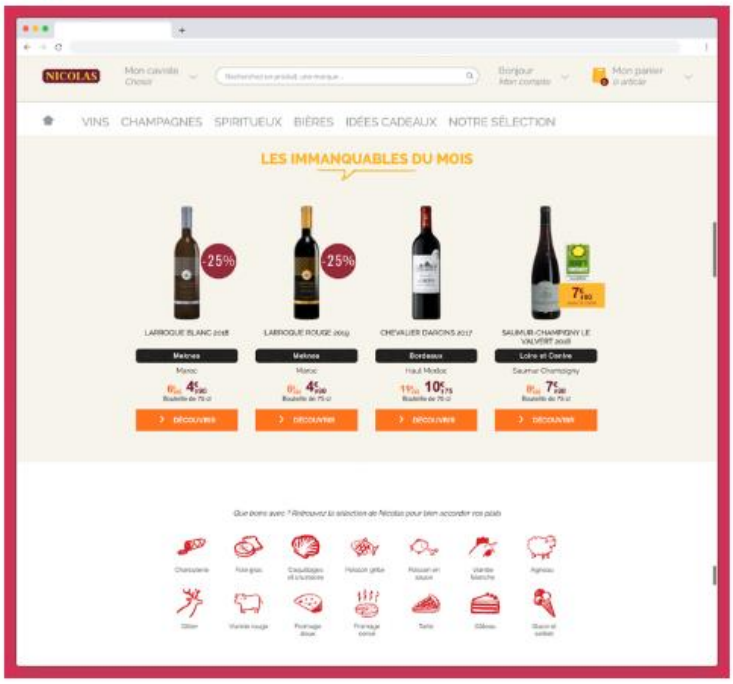

Vivez la Dolce Vita avec la Beautiful Box de mai 2020


Birchbox : un cocktail de produits pour mai 2020

Alcool

Pas besoin de se rendre dans une petite cave sombre pour dénicher une bonne bouteille. Plusieurs sites sont là pour vous fournir en vin, bières et spiritueux. Mais bien sûr, même en ligne, il n'y a qu'un seul mot d'ordre : la modération.

Nicolas



Le célèbre caviste propose aussi ses produits en ligne. Vins, champagnes, spiritueux, bières, vous n'avez que l'embarras du choix. Les frais de livraison dépendent du nombre de bouteilles commandées.

DÉCISION BOISSONS
La Lettre business des décideurs du monde des liquides

Coronavirus | 04 Mai 2020

Caviste | Le paiement par téléphone pour sécuriser la réouverture de Nicolas

À la suite de la réouverture progressive de ses magasins le 1er avril dernier, l'enseigne Nicolas propose désormais, en complément de son site internet, un service de conseil et de paiement sécurisé par téléphone.

Tags: Nicolas, paiement par téléphone, réouverture, caviste

Partager sur Twitter Partager sur Facebook

Articles connexes

Coronavirus

La Lettre



Lettre CHR CHD

Les Traiteurs de France en



CORPORATE

COVID-19

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

www.bottingourmand.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Paradoxe 2020 : beau millésime en perspective mais sale temps pour le vin

Primeurs reportés à Bordeaux, annulation des grands salons de vin, arrêt des livraisons. La commercialisation est au ralenti et la consommation pratiquement à l'arrêt. Le monde du vin subit la crise quand le millésime 2020, lui, se moque du confinement.



Avant la crise du corona, l'impact du Brexit et des taxes de 25% sur les ventes de vin français aux États-Unis préoccupaient les producteurs pour leur marché d'exportation. Depuis le confinement, l'inquiétude est manifeste pour les 500 000 emplois directs et indirects générés par la viticulture en France, 2ème producteur mondial de vin. La filière des vins et spiritueux conservera-t-elle sa seconde place dans la balance commerciale française ?

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Les cavistes avaient autorisation d'ouverture en période de confinement. Malgré cela les enseignes Nicolas et Repaire de Bacchus ont préféré fermer leurs portes ou attendre le dé-confinement du 11 mai. Ce sont les sites de vente en ligne, comme dans bien d'autres secteurs, qui profitent de la situation. Les vignerons et maisons s'en inspirent, comme le domaine E. Guigal ou l'union de vignerons de Plaimont qui annoncent la mise en place du concept d'oenodrive pour commander en ligne et récupérer ses vins au caveau.

Vu sur le web J'aime Mon Vigneron un site qui liste une sélection de boutiques en ligne des vignerons récoltants.

Tous droits réservés à l'éditeur

www.bottingourmand.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article



Avec la perspective des permissions de vacances cet été, l'oenotourisme redonne espoir aux 10 000 caves touristiques du territoire. Même si les professionnels restent lucides et savent qu'ils ne retrouveront pas les 10 millions de visiteurs, dont 39 % d'étrangers, venus en 2019. Coopératives, caves particulières, les vignerons vous attendent.

Amateur de Bordeaux... du 21 au 24 mai dans le Médoc, les châteaux Lafon-Rochet, Léoville-Poyferré et Siran organisent des visites gratuites sur rendez-vous de 10h à 17h. Réservez sur leur site web.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Le millésime 2020 s'annonce sous les meilleures auspices. La vigne fleurit avec précocité, parfois inédite avec trois semaines d'avance en Bourgogne. Soulagement, les Saints de glaces se sont globalement déroulés sans gel sur le vignoble. En revanche, la pression sanitaire est forte avec des attaques de mildiou… on croise les doigts pour la suite. #LaVigneContinue

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Au premier jour du déconfinement et après 55 jours d'apéros virtuels, l'alcool est interdit sur les berges à Paris après un apéro géant. Le président de la Fédération des médecins de France, Jean-Paul Hamon appelle le gouvernement à "donner un peu d'air aux Français". Une première au pays de la loi Evin !

Top la fête des voisins version 2020 ?vu sur La Carte des Vins s'il vous plaît

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Multiplication de ventes aux enchères : iDealwine récolte 134 626 € au profit du collectif #ProtègeTonSoignant. La Maison Billecart-Salmon et Millésima s'associent pour soutenir la Fondation des Hôpitaux de Paris-Hôpitaux de France.

À venir, la vente aux enchères solidaire des vins de Bordeaux du 15 au 21 juin pour le personnel soignant des CHU – Hôpitaux de Bordeaux et Centre Hospitalier de Libourne sur bordeaux.com/merci

Tous droits réservés à l'éditeur



Et la suite ? On ne peut encore se prononcer sur le déroulement des vendanges mais on peut déjà se poser des questions sur le devenir des foires aux vins.

À pareille date en « temps normal », la tenue de dégustations des grandes enseignes était déjà proposé auprès de la presse pour préparer les dossiers de la rentrée. En espérant que la grande distribution, qui écoule environ 54 millions de bouteilles à cette occasion, saura se montrer solidaire des vignerons.

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Télégramme
BREST
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 203298



Date : 21 mai 2020
Journaliste : Gwénaëlle Le Ny

Commerce : les clients de retour dans le centre

Chausseurs, parfumeries, vêtements, etc. Les commerces non essentiels ont relevé le rideau depuis le 11 mai, en s'adaptant à de nouvelles règles sanitaires. Petit aperçu, non exhaustif, dans le centre-ville, où le moral est plutôt bon.

Gwénaëlle Le Ny

1 De nouvelles normes sanitaires

On n'entre plus dans une boutique sans se laver les mains au gel hydroalcoolique ! Pandémie de Covid-19 oblige, la réouverture des commerces dans cet après-confinement se fait suivant de nouvelles règles. Des affiches sont là pour rappeler que le port du masque est obligatoire pour les clients, sinon recommandé, un marquage au sol assure la distanciation sociale et un sens de circulation est fléché quand la configuration des lieux le permet. De nouveaux rituels s'installent : « Les pièces essayées sont isolées durant plusieurs heures et passées à la vapeur avant d'être remises en rayon », indique Yvon Ballouard, le propriétaire de 17e avenue. Chez Idylle Chaussures, par exemple, « on met des mis-bas à usage unique à disposition et les chaussures sont désinfectées », ajoute Lénaig, une vendeuse.

2 Un accueil différencié de la clientèle

Selon l'activité, ces mesures entraînent un accueil différencié pour limiter les contacts. Ainsi, à la lingerie Princesse Tam Tam, il est plus difficile d'accompagner la cliente en cabine. « Si elle le sou-

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Télégramme
BREST
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 203298

Date : 21 mai 2020
Journaliste : Gwénaëlle Le Ny



« Au début, on s'est demandé comment on allait fonctionner mais on a vite trouvé nos marques », dit Yvon Ballouard, chez 17e Avenue, où les clientes sont aussi au rendez-vous. Le Télégramme/Gwénaëlle Le Ny

haite, je vérifie à l'œil le bien allé d'un sous-vêtement, mais je ne fais pas de réglages », précise la gérante, Corinne Vaucelle. À la cave Nicolas, Florent Rousseau reçoit chaque client individuellement. « Ils ne peuvent plus toucher les bouteilles », indique-t-il. Même chose dans cette parfumerie, où l'accès aux testeurs de parfum et de maquillage a été « condamné ».

3 Les consommateurs au rendez-vous

Dans l'ensemble, ces nouvelles règles sont bien acceptées, « même si quelques rappels à l'ordre sont parfois nécessaires », concède Lionel Mariage, directeur de Newport.

« Si un client refuse de porter le masque, on ne le sert pas », tranche Romain Rivoallan, chez Numéro 9.

Des clients en tout cas bien présents et acheteurs, en ces premiers jours de réouverture. Les commerçants rencontrés sont unanimes pour souligner « un bon redémarrage » et ressentir « l'envie manifeste de se faire plaisir ». Corinne Vaucelle constate « un regain pour les beaux produits d'intérieur esprit cocooning et les maillots de bain ». « Ça donne le moral », reconnaît Romain Rivoallan, « mais il faut rester lucide, le contrecoup de la crise économique ne se fait pas encore sentir ».

4 Une saison amputée

Pour stimuler la consommation, certaines marques et enseignes font des promotions.

« Après deux mois d'immobilisation, on a besoin d'alléger les stocks, il faut aussi payer les charges et permettre l'achat de la collection hiver », explique Lionel Mariage. Car évidemment, ils accusent une baisse sensible de leur chiffre d'affaires, « et ce qui est perdu ne se rattrape pas », affirme Yvon Ballouard. De fait, comme lui, tous espèrent que les soldes d'été seront repoussés et souhaitent voir les gens « consommer un peu plus en centre-ville plutôt que dans les grosses locomotives ! ».

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 21/05/2020
Heure : 14:00:43
Journaliste : David Leduc

actu.fr
Pays : France
Dynamisme : 407

Visualiser l'article

Quais d'Ivry, Belle Epine, Créteil Soleil, La Vache Noire : quels commerces sont accessibles malgré la fermeture ?

Si les centres commerciaux n'ont pas encore rouverts dans le Val-de-Marne, plusieurs de leurs commerces, de première nécessité, ont pu reprendre. Découvrez lesquels.



Le centre commercial Bel Epine, à Thiais (Val-de-Marne) (©David LEDUC – Actu Val-de-Marne)

Malgré le **déconfinement** mis en place lundi 11 mai dernier, le gouvernement a décidé de la fermeture de la plupart des centres de plus de 40.000 m 2 en **Ile-de-France** , où le **Covid-19** continue de sévir.

Lire aussi : Belle Epine, Créteil Soleil, la Vache Noire, Quais d'Ivry, Val-de-Fontenay fermés jusqu'au 10 juillet

Dans le Val-de-Marne, c'est notamment le cas de Belle Epine à Thiais, de Créteil Soleil, de La Vache Noire à Arcueil, de Quais d'Ivry à Ivry-sur-Seine et Val-de-Fontenay à Fontenay-sous-Bois.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Pour autant, les commerces de première nécessité restent ouverts dans ces centres. De même, plusieurs restaurants ont décidé de rouvrir à la livraison ou à emporter. Le point.

Lire aussi : Val-de-Marne. Malgré le confinement, Leroy Merlin et Castorama ouvrent trois magasins

Thiais Belle Epine
A Belle Epine, les commerces ouverts sont les suivants :

Carrefour
Le **Tabac (Niveau 0)** de 09h30 à 16h
Les **pharmacies** de 09h30 à 20h
Les opticiens **Grand Optical** , **Générale d'Optique** & **Krys** de 10h à 19h (uniquement sur RDV)
Norauto (Extérieur – proche Porte 7) de 08h à 19h30
Lavage Auto Belle&Bio (Extérieur – proche Porte 4) de 10h à 19h
Jeff de Bruges de 10h à 14h (vente à emporter)
Chatime de 11h à 18h (vente à emporter)
231 East Street de 11h30 à 14h30 et de 18h30 à 21h30 (vente à emporter)
Cabinet médical est ouvert de 09h à 18h – uniquement sur rendez-vous
Laboratoire d'Analyses Médicales de 07h30 à 17h – sur rendez-vous
Cabinet de Radiologie de 08h30 à 17h – sur rendez-vous
D'autres enseignes sont susceptibles d'être ouvertes ou de proposer du click and collect :
. **Cultura** (Niveau 1) de 10h à 19h
. **Sephora** (Niveau 1 et Niveau 0) de 11h à 19h
. **Gifi** (Niveau 2 – Accès Terrasses) de 10h à 18h
. **Bleu Libellule** (Niveau 1) de 10h à 17h
. **Kiabi** (Niveau 0) de 10h à 18h30

Créteil Soleil
A Créteil Soleil, les commerces ouverts sont les suivants :

Carrefour est ouvert du lundi au samedi 9h à 20h.
Les pharmacies sont ouvertes du lundi au samedi de 10h à 19h.
Le tabac est ouvert du lundi au samedi de 10h à 15h.
Le LCL est ouvert du mardi au samedi de 10h à 13h.
Le caviste Nicolas est ouvert du lundi au samedi de 10h à 13h et de 15h à 18h.
Les restaurants Fresh Burritos et Les Burgers de Papa sont ouverts (uniquement en livraison à domicile).

Quais d'Ivry
A Quais d'Ivry, les commerces ouverts sont les suivants :

Carrefour est ouvert du lundi au vendredi 9 h 00 – 22 h 00 et le samedi 9 h 00 -21 h 00
La pharmacie reste ouverte

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Le tabac
Reparation Center
Vision Design (sur RDV uniquement)
La général d'optique (sur RDV uniquement)
Le Centre Médico Dentaire des Quais d'Ivry (Dentiste, Ophtalmologiste, sur RDV uniquement)
Bouygues Télécom
Aux délices d'Ivry (A emporter uniquement)
Pizzera Torino (A emporter uniquement)
McDonald's (A emporter uniquement)

La Vache Noire
A La Vache Noire, les commerces ouverts sont les suivants :

Monoprix : lundi au samedi 9h à 21h – dimanche 9h à 13h
La pharmacie : lundi au samedi 10h à 19h
Paul assure la vente à emporter : lundi au samedi 9h à 18h
Smartshop One : lundi au samedi 10h à 18h
Truffaut : lundi au dimanche de 9h à 19h
Pomme de Pain en livraison et vente à emporter : 9h à 18h30 du lundi au vendredi et 9h à 18h30 le samedi
IT Trattoria en livraison et vente à emporter
McDonald's en livraison et en click & collect
Furet du Nord : de 10h à 19h
Compozeat : en vente à emporter / livraison / clic and collect sur Compozeat.fr.
Subway
Générale d'Optique
Cabinet Médical
TOC en livraison à domicile www.toc-arcueil.com
Marc Le Bihan est ouvert sur rendez-vous
Krys ouvre sur rendez-vous de 11h à 19h
Sephora est ouvert en click & collect de 11h à 19h
Daily Monop est ouvert de 11 h a 15h

Val-de-Fontenay
A Val-de-Fontenay, les commerces ouverts sont les suivants :

Auchan : 8h30-21h30 en semaine, 8h-21h30 le samedi, 8h30-12h30 le dimanche
Pharmacie : 10h-19h
Vapote-Moi : 10h-18h
Bureau de tabac : 9h30-18h30
LCL : dès le 22 Mai. de 10h à 12h30 et de 14h14 à 17h30
Jeff de Bruges : 10h-19h
Vos restaurants seront ouverts pour les livraisons : McDonald's (11h-23h), Burger King (12h-21h), Subway (en livraison), Jour (à emporter)

Tous droits réservés à l'éditeur



Entreprise

ILS ONT TIRÉ LEUR ÉPINGLE DU JEU

Avec le confinement, de nombreux commerces ont dû fermer leurs portes pendant près de deux mois. Autorisés à ouvrir leur boutique, certains cavistes ont relancé leur activité non sans avoir mis des mesures de sécurité en place auparavant.

Faisant partie des entreprises à avoir l'autorisation d'ouvrir leurs portes, les huit caves Nicolas de La Réunion ont néanmoins fermé pendant deux semaines afin d'avoir le temps d'établir des mesures de protection à la fois pour leur personnel et pour leur clientèle. Gel hydroalcoolique, masques, et surtout l'instauration de règles strictes à l'intérieur des boutiques: *"Désormais, les portes des caves Nicolas sont fermées, seul le caviste peut les ouvrir"*, souligne David Cailleux, directeur de Master Franchise Nicolas sur l'océan Indien.

Tous droits réservés à l'éditeur



David Cailleux, directeur de Master Franchise Nicolas sur l'océan Indien. © Photo Mémento

LIVRAISON A DOMICILE. *"Le caviste n'accueille désormais qu'un seul client à la fois dans le magasin. Ce dernier doit rester dans une zone d'accueil délimitée qui lui est dédiée, il n'a plus la possibilité de toucher les bouteilles et n'a plus accès aux rayons. Après un paiement par carte bancaire uniquement, il est raccompagné à la porte, qui sera de nouveau fermée jusqu'au client suivant".*

Le caviste n'a pas attendu la fin des deux semaines de fermeture et la mise en place du protocole de sécurité pour commencer à se retourner. Dès le début du confinement, Nicolas s'est appuyé sur sa plateforme: Nicolas.re, qui proposait déjà aux clients de la cave la possibilité de commander des produits et de se les faire livrer à domicile, pour leur rappeler que ce service était toujours disponible. Bien lui en a pris, car le résultat attendu a été au rendez-vous. La livraison à domicile et la réouverture des boutiques ont permis aux caves Nicolas de sortir leur épingle du jeu en cette période difficile: *"Nous n'avons pas la fréquentation que nous avions avant le confinement, mais elle tend à se rapprocher de la normale"*, conclut David Cailleux.

Tous droits réservés à l'éditeur

Valeurs actuelles
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 116839





Date : Du 21 au 27 mai 2020
Page de l'article : p.66-68
Journaliste : Bernard Burtschy

ART DE VIVRE

Vive les vins d'après confinement

Le confinement qui s'est prolongé a rebattu les cartes des vins. Tour d'horizon des incontournables et des nouvelles opportunités.

Par Bernard Burtschy

Que boire en confinement ou en post-confinement ? Les fourmis qui disposent d'une cave l'ont pris comme une chance. C'était le moment ou jamais de sortir quelques flacons oubliés, de les sortir de leur confinement en quelque sorte. Le vin est synonyme de convivialité, et il est fait pour être partagé ou dégusté seul, avec modération bien sûr. Pour ceux qui ont peur de gâcher et ne veulent pas gaspiller, une bouteille, c'est beaucoup quand on est seul : n'hésitez pas à remettre la bouteille de vin rouge au réfrigérateur et à la sortir deux heures avant. Rien que d'analyser son évolution (et accessoirement l'influence de l'oxygène) est un sujet plein de réflexion.

Le confinement qui s'est prolongé a rebattu les cartes. Les Français se sont remis à cuisiner, ont davantage goûté au plaisir des petits plats mijotés pour varier le quotidien et ont souvent retrouvé à cette occasion un certain nombre de valeurs rassurantes, les saveurs du fait-maison, la valeur du temps, l'attention que méritent les accords entre les mets et les vins… La meilleure façon d'y arriver, si l'on n'est pas sommelier, est d'essayer et d'en tirer des conclusions. C'est à la fois instructif et amusant.

Pour les cigales qui n'ont pas de cave, la première préoccupation est d'abord de dénicher un flacon. Les rayons vin de la grande distribution, qui est la gagnante de la crise, ont tout d'abord bénéficié d'un sérieux coup de fouet. Certes, la consommation de champagne est en baisse sérieuse (– 60 %), tout comme celle de l'ensemble des effervescents car le temps n'est pas à la fête, mais les vins, et singulièrement les "petits vins", ont été plébiscités. En mars, les ventes des IGP (indications géographiques protégées) ont augmenté en général (+ 9 %), notamment les IGP avec indications de cépage (+ 10 %), alors que les ventes des appellations contrôlées ont baissé (– 7 %).

Le grand gagnant de la crise en mars est le BIB (Bag-in-Box de 3 ou 5 litres), qui a vu une croissance fulgurante de ses ventes (+ 57 % pour Bordeaux, + 47 % pour les IGP de cépages, + 37 % pour le Rhône). À côté du papier toilette, des pâtes puis de la farine, les Français ont stocké du vin en BIB, mais aussi de la bière (en particulier en fût) et du cidre.

LES VENTES EN LIGNE ONT DÉCOLLÉ (+ 179 %) MALGRÉ DES DÉLAIS DE LIVRAISON PAS TOUJOURS RESPECTÉS.

Lors des premières mesures de confinement, le statut des cavistes n'était pas clair et tous ont tiré le rideau en raison de l'exigence de « *fermeture* […] *de tous les commerces à l'exception des commerces essentiels* », alors que la grande distribution restait ouverte.



Tous droits réservés à l'éditeur

Valeurs actuelles
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 116839

Date : Du 21 au 27 mai 2020
Page de l'article : p.66-68
Journaliste : Bernard Burtschy



Le bordeaux est servi. Symbole de partage, la dégustation de vin a connu une pratique plus intimiste.

PHILIPPE ROY/AURIMAGES VIA AFP

Depuis, le ministère de l'Économie a confirmé leur autorisation. Mais beaucoup n'ont pas rouvert, magasins trop petits, clientèle trop rare, peur du coronavirus, entre autres. En particulier, les grands réseaux de cavistes tels que Nicolas et Le Repaire de Bacchus, qui ont maintenu leurs portes closes *« pour garantir la sécurité de* [leurs] *équipes et de* [leurs] *clients »*.

Comme il n'est pas toujours aisé de repérer qui est ouvert ou non, dans les immenses ressources d'Internet, plusieurs initiatives ont fait florès pour aider le consommateur à se retrouver dans le dédale des ouvertures et des fermetures. L'une des plus complètes figure sur un blog particulièrement original, celui de Vincent Pousson (www.ideesliquidesetsolides.com), avec une carte interactive.

Sur Internet, dès le début du confinement, les ventes de vin ont explosé (+ 179 %), mais il faut se méfier de la livraison. La Poste avait massivement fermé ses bureaux dès le 17 mars au matin et les arrivées du courrier et des colis sont encore très aléatoires, Colissimo est très lent, Chronopost un brin plus rapide. Ne comptez pas trop sur le réseau postal pour vous approvisionner. Seuls les réseaux privés comme DHL et UPS fonctionnent correctement, mais à des prix plus élevés, qu'ils ont augmentés d'ailleurs. La commande en quelques clics est aisée et

Tous droits réservés à l'éditeur

Valeurs actuelles
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 116839

Date : Du 21 au 27 mai 2020
Page de l'article : p.66-68
Journaliste : Bernard Burtschy

Bulle Blanc Rouge, un caviste mobilisé qui dispose de larges stocks. L'une des grandes conséquences de la crise est le retour au local.



SEBASTIEN ORTOLA/REA

avec un peu de patience les emplettes arrivent à bon port.

Côté producteurs, loin des soubresauts du monde, la vigne continue imperturbablement de pousser. Il a fallu terminer d'urgence de la tailler car l'année est précoce, de l'épamprer, il faut travailler les sols, se battre contre l'herbe envahissante. Le chômage technique n'est pas de mise, tous les travailleurs de la vigne sont sur le pont et il faut continuer de les payer en fin de mois.

Commercialement, c'est la débandade. Les clients des vignerons sont structurellement la grande distribution, les cavistes, les restaurateurs, les particuliers (vente directe au domaine et sur les e-boutiques) et l'export. Depuis le confinement, plus aucun client, plus aucune commande des restaurateurs et des cavistes, qui sont en quasi-faillite, plus le moindre chèque, plus d'export non plus. On fait comment ? Certes, le gouvernement a mis en place un plan de soutien à base de prêts garantis par l'État (PGE), mais il est largement dans les mains des banques, qui choisissent ceux qui vont survivre. De plus, le fameux PGE ne couvre que trois mois de trésorerie au maximum alors que six mois seront nécessaires avant que la filière (restaurateurs, cavistes, etc.) ne redémarre. Enfin, il ne fait pas bon être bio en ce moment, les coûts de main-d'œuvre sont bien plus importants que chez ceux qui désherbent impunément chimiquement. Le moment est venu de soutenir en particulier ceux qui ont un site Internet et qui livrent, suivez notamment les adresses sur le blog de Vincent Pousson.

Après une mondialisation endiablée avec délocalisation à tous crins, une des grandes conséquences de la crise est le retour au local, que ce soit pour la production comme pour la commercialisation. Les cavistes, qui ne représentent qu'une toute petite fraction de la vente des vins, pourraient être plus sollicités après la crise, ainsi que la vente à distance et les producteurs qui ont une stratégie Internet. S'en sortiront ceux qui s'adapteront le mieux à cette nouvelle situation. ●

Tous droits réservés à l'éditeur

le courrier de Mantes
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 5711
Date : 20 mai 2020

CHEZ LE CAVISTE



Benoît a matérialisé par une rubalise les distances de sécurité.

Chez le caviste Nicolas, Benoît Rousseau a réaménagé son accueil : protection en plexiglas et rubalise décorée par des pochettes aux couleurs de la boutique. Les clients ne peuvent ni toucher les bouteilles ni goûter les vins. Mais le caviste de confiance les conseille derrière sa visière.

Tous droits réservés à l'éditeur

toutes les nouvelles Versailles
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 7670





Date : 20 mai 2020
Page de l'article : p.28

CHEZ LE CAVISTE



Benoît a matérialisé par une rubalise les distances de sécurité.

Chez le caviste Nicolas, Benoît Rousseau a réaménagé son accueil : protection en plexiglas et rubalise décorée par des pochettes aux couleurs de la boutique. Les clients ne peuvent ni toucher les bouteilles ni goûter les vins. Mais le caviste de confiance les conseille derrière sa visière.

Tous droits réservés à l'éditeur

officieldelafranchise.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Déconfinement : L'Alliance du Commerce publie un guide de bonnes pratiques



Alors que depuis lundi 11 mai, l'ensemble des commerces sont autorisés à rouvrir leurs points de vente, L'Alliance du Commerce publie un guide de bonnes pratiques afin d'accueillir les équipes et les clients en sécurité.

L'heure du déconfinement a sonné. Si les restaurateurs sont encore contraints de garder leurs points de vente fermés, l'ensemble des autres commerces ont redémarré leur activité ce lundi 11 mai. Dans un contexte de crise sanitaire, les enseignes ont dû repenser le parcours clients ainsi que les modalités d'accueil de leurs salariés et des consommateurs. Pour aider les commerçants à déployer les bons réflexes dans leurs magasins, L'Alliance du Commerce vient de publier un guide de bonnes pratiques. *"Réalisé en partenariat avec le Conseil du Commerce de France, ce guide s'intéresse à l'ensemble du parcours client, de son entrée à sa sortie du magasin, afin d'assurer à chaque étape le respect des gestes barrières et mesures de distanciation physique"*, souligne L'Alliance du Commerce.

Port du masque obligatoire

Venant en complément du protocole diffusé par le ministère du Travail début mai, le document recommande le port du masque obligatoire pour les salariés et incite les clients à s'en munir également. *"La mise à disposition de gel hydroalcoolique est également un élément clé à la réouverture, dès l'entrée du magasin et dans les points d'affluence, notamment au niveau des cabines afin de permettre aux clients de se désinfecter les mains avant d'essayer un article"*, insiste par ailleurs l'Alliance du Commerce. Si certaines enseignes comme Gémo ont fait le choix de fermer les cabines d'essayage pour au moins 15 jours, comme nous le confiait Yvan Soguet, directeur retail de la marque, il est possible de maintenir ces espaces ouverts. Toutefois, après essayage ou retour du vêtement, il est recommandé de placer le produit essayé à l'isolement pendant au

Tous droits réservés à l'éditeur

moins 24 heures pour une inactivation spontanée suffisante du virus ou de traiter le produit par un système de génération de vapeur d'eau type défroisseur. *“La réouverture des magasins, le 11 mai, est une excellente nouvelle qui impose, cependant, en un temps record de repenser intégralement le fonctionnement des points de vente, d'où notre guide de bonnes pratiques sanitaires pour accompagner les commerçants*”, souligne Yohann Petiot, directeur général de L'Alliance du Commerce.

Distanciation sociale

Parmi les autres conseils diffusés par ce guide, on retrouve également la nécessité d'informer le client, par e-mailing mais aussi par des affichages et rappels sonores dans les magasins, des nouvelles règles. Pour veiller au respect de la distanciation physique d'au moins un mètre, L'Alliance du Commerce conseille de matérialiser au sol la mesure d'un mètre de distanciation, notamment dans les zones d'attente comme les espaces d'essayage ou l'encaissement. Ne pas hésiter non plus à déplacer certains linéaires, meubles ou de réagencer totalement le point de vente pour assurer la sécurité des consommateurs. Le nettoyage et la désinfection des poignées ainsi qu'éviter de vendre des produits d'exposition est aussi recommandé.

Enseignes engagées

Globalement, l'ensemble des enseignes que nous interrogeons depuis quelques semaines nous confient avoir déjà réfléchi à l'ensemble de ces aspects. Ainsi, comme en témoigne Gémo, qui nous a confié avoir limité le nombre de clients dans les établissements mais aussi repensé la circulation à l'intérieur des boutiques. *“Nous avons déterminé un nombre maximal de personnes présentes simultanément qu'il ne faut pas dépasser. Pour un magasin moyen de 1 500 mètres carrés, le ratio a été fixé à 200 personnes”,* collaborateurs inclus, insiste Yvan Soguet. D'autres réseaux avec lesquels nous avons échangé et qui ont repris leur activité progressivement nous ont expliqué avoir adopté la même politique. Le caviste Nicolas nous a ainsi précisé n'accueillir qu'une seule personne à la fois dans ses boutiques et interdit aux clients de toucher aux produits. *“La porte est ouverte et fermée par le caviste uniquement, les clients ont interdiction de toucher aux bouteilles et doivent suivre un balisage au sol pour respecter les normes de sécurité en matière de distanciation sociale”*, nous confiait mi-avril Christopher Hermelin, chief marketing officer au sein du réseau Nicolas. Dans des secteurs spécifiques, comme les instituts de beauté, des enseignes comme Carlance ont adapté leurs cartes de soins et réfléchi à des solutions innovantes pour ne pas faire patienter les clients au sein des établissements. *“Il fallait aussi sécuriser la venue de nos clients. Nous fonctionnons sans prise de rendez-vous, il était important de nous adapter. Nous avons donc réfléchi à une solution qui, une fois que le client s'est présenté en institut et inscrit dans la file d'attente, il reçoit un SMS lui indiquant qu'il peut revenir en institut pour profiter de ses soins”*, explique Fabien Estre, fondateur de Carlance.

Tous droits réservés à l'éditeur

VSB
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : 07 mai 2020
Page de l'article : p.8-9
Journaliste : Frédérique Hermine

L'explosion des ventes en ligne sur les sites de vin

Malgré la conjoncture, les sites de ventes de vin en ligne semblent tirer leur épingle du jeu. Ils multiplient offres et services pour répondre à la demande des consommateurs et compenser un tant soit peu, pour les producteurs, l'hémorragie des ventes suite à la fermeture des caveaux et des restaurants et la rétractation des exportations.

Dans le contexte actuel, où certains secteurs de la distribution de vins comme la restauration ou les ventes au caveau sont en souffrance, le commerce des vins en ligne semble s'épanouir et affiche même des croissances enviables. Le site de grands crus Millésima a enregistré en mars *« une hausse des commandes de 30 %, mais sur des montants plus faibles, descendus d'environ 1 000 € à 600 €. Et en avril, nous avons enregistré un chiffre d'affaires en forte évolution »*, avoue le président Fabrice Bernard, qui préfère ne pas communiquer sur ces résultats à deux chiffres, presque insolents en période de crise. La société bordelaise affiche une demande croissante de rosés, beau temps oblige, mais les bordeaux rouges restent les ventes phares, y compris les grands crus, même s'ils baissent en parts de marché comparées à 2019, car les autres régions progressent plus vite. Seul le champagne s'était effondré en mars, mais semble repartir. *« On sent que les consommateurs ont envie de se faire plaisir. Ils sont curieux et en profitent pour diversifier leurs habitudes sur d'autres appellations, y compris des vins étrangers, puisque nous offrons la possibilité de panacher les caisses »* poursuit-il.

Wine & Co enregistre beaucoup de nouveaux clients qui se font livrer chez eux, *« plutôt par lot de 12 bouteilles, par colissimo ou par transporteur, malgré des délais un peu plus longs que d'habitude,* note le DG Bernard Le Marois. *L'activité est très fluctuante selon les jours avec davantage de blancs que d'habitude, de plus en plus de rosés et un prix moyen à la bouteille qui a reculé d'environ 20 % ».*

Un coup de pouce aux circuits courts

Chez Twil, pure player qui expédie en direct à partir de 2 500 producteurs, *« nous sommes à 100 % de croissance comparé à l'an dernier,* reconnait le co-fondateur Erwann de Barry. *La majorité de nos partenaires, même ceux qui ont dû fermer leurs caveaux, habitent sur place et peuvent envoyer quelques bouteilles dans un carton. Les transporteurs sont à nouveau tous en activité, à l'exception de quelques difficultés locales de disponibilités de chauffeurs ».* Le site a également enregistré une flambée d'inscriptions chez les partenaires, qui d'une vingtaine par mois habituellement sont passés à plus de 140 en avril. *« J'ai dû embaucher deux personnes pour répondre à la demande qui vient de toutes les régions, mais surtout de petits vignerons, les plus pénalisés, surtout ceux qui travaillaient beaucoup avec le CHR et qui n'ont pas les moyens d'investir dans un site de ventes dédié ».* Pour Twil, les vins plébiscités restent les vins rouges de la Vallée du Rhône et du Bordelais *« mais toutes les régions en profitent, sauf la Champagne toujours en berne »,* reconnait Erwann de Barry. Les rosés sont montés en puissance dès le premier week-end de beau temps, comme chaque année, mais ont vraiment décollé début mai. Twil a également enregistré une augmentation des commandes de blancs qui sont passées de 15 à 20 % au détriment des rouges descendus de 70 à 62 %. *« Les petits paniers ont augmenté avec l'arrivée de premiers acheteurs, la crise ayant élargi notre clientèle à des non-habitués d'achats de vins. Nous avons deux types de clients, d'un côté, urbains, principalement basés en Ile-de-France, à Toulouse, Bordeaux… et de l'autre, des acheteurs fidèles en zones excentrées ; en ce moment, c'est plus diversifié ».*

Les entrées de gamme sont en hausse

La moyenne d'achat se situe en général entre 8 et 15 € la bouteille, mais depuis le début du confinement, les entrées de gamme à moins de 10 € sont en hausse, pour un panier moyen de 40-50 €. *« On constate aussi une volonté affichée des clients de consommer plus local et d'aider les circuits courts ».* Twil propose par ailleurs une livraison gratuite à domicile à partir de 6 bouteilles, *« un surcoût pour nous, mais il fallait trouver une solution pour compenser la fermeture des points relais ».*

Autre circuit court à avoir profité de la conjoncture, le site de l'association nationale des Vignerons Indépendants qui regroupe plus de 700 producteurs. A l'origine, il visait à maintenir le contact avec les visiteurs des salons ; il est devenu pour les producteurs

Rédaction : *Perrine Delfortrie et les correspondants régionaux.*
Tél. : 01 42 74 29 37 - 01 42 74 29 46 • E-mail : p.delfortrie@agra.fr

Tous droits réservés à l'éditeur

VSB
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 07 mai 2020
Page de l'article : p.8-9
Journaliste : Frédérique Hermine

un véritable site de vente et un nouveau canal de distribution à part entière.

Le renouveau des cavistes sur le web

Les cavistes, même ceux qui sont restés ouverts ou qui ont repris leur activité au bout de quelques semaines, réalisent également de belles performances sur le net. *« Ça a été une véritable explosion des ventes dès le premier jour,* reconnait le directeur marketing de Nicolas, Christopher Hermelin. *Nous avons multiplié par 10 les commandes depuis le début du confinement, d'abord par l'effet stockage, des clients se ruant notamment sur les BIB de 5 llitres, en particulier rosé, puis ensuite par des achats plus hédonistes et des commandes de références récurrentes, telles les marques habituelles des clients. Nous sommes même revenu un peu sur le champagne avec des ventes flashs ».* Nicolas a par ailleurs identifié un renforcement de la tendance vins nature et engagés. Malgré le service en accordéon des transporteurs, les livraisons à domicile ont permis de soutenir les ventes. L'enseigne a profité des circonstances pour booster un nouveau service de ventes à distance avec la possibilité de prendre conseil par téléphone auprès du caviste, qui enregistre ensuite la commande et le paiement. *« Les clients, surtout par temps de crise, ont encore plus besoin d'un échange oral, et cela correspond au magasin de proximité que nous sommes »,* estime Christopher Hermelin.

Des vidéos pour booster les ventes

Le Petit Ballon, site de ventes en box et par abonnement qui a fermé ses points de vente pendant le confinement, a dynamisé l'e-boutique par des vidéos en direct 2 à 3 fois par semaine. Il a lui aussi battu des records de commandes livrées à domicile *« avec juste un délai supplémentaire de quelques jours,* reconnait l'un des co-fondateurs Jean-Michel Deluc. *Notre chiffre d'affaires a fait un bond de 35 % en avril, mais avec un nombre de bouteilles achetées multipliées par deux, car on a vendu davantage de premiers prix entre 5 et 8 €, alors que la moyenne avoisine d'habitude 12 € ».* Pas d'achats de cartes cadeaux en revanche, l'ambiance n'est pas encore à la fête…

Frédérique Hermine

Tous droits réservés à l'éditeur

Radio

■ SUD RADIO (02/05/20 à 12:32 | 00:11:19) : « IN VINO » *Alain Marty*

Christopher Hermelin, directeur de la communication et du marketing du caviste Nicolas, est invité dans l'émission. Itw de celui-ci.

Visualiser l'article

Chez Nicolas, Florent vous conseille

Rouvert depuis le 1er avril, non ce n'est pas une blague votre boutique Nicolas vous accueille et vous conseille.

Vous êtes nombreux à prendre le temps et le plaisir de cuisiner des petits plats à déguster en famille.

Un poisson, une belle pièce de boeuf ou encore un plat indien...acheté chez NOS COMMERÇANTS ATHÉGIENS… N'hésitez pas, Florent saura vous proposer la meilleure bouteille pour accompagner vos mets et en relever toutes les notes ! C'est lui qui en parle le mieux..

Retrouvez le du mardi au samedi de 10h à 13h et de 15h à 18h :

Nicolas
17 avenue François Mitterrand
91200 Athis-Mons
.
www.nicolas.com/fr/magasin/athismons/athismons-158-18-4…
situer sur un plan Google maps, Open Street Map, Bing maps
transports en commun : ratp.info, vianavigo.com

Video : https://www.youtube.com/embed/gcH3ksvi0cs

Tous droits réservés à l'éditeur

(bsa_pro_ma_space id="5" type="space" url="https://combuzz.fr/api/"
secure="cecc91964827360f5a4f7d2a8ebb0a8144428c1a")
(bsa_pro_ma_space id="5" type="space" url="https://combuzz.fr/api/"
secure="cecc91964827360f5a4f7d2a8ebb0a8144428c1a")

Recevez gratuitement la newsletter GOTA en vous inscrivant votre email ici :

Email* Subscribe



#Covid19 #vin L'inventivité des cavistes pour résister à la crise

Le 1 Mai 2020 /// Publié Par Benjamin Jeantet-Marconi /// Oenologie - Vin

ÔÇÓ AMÉLIE ROCHE SEGUELA ÔÇÓ BASSIN MARKET ÔÇÓ BERTRAND DELTIL ÔÇÓ CAVES ÔÇÓ GÉOLOCALISATION CAVISTES ÔÇÓ L'OENOLIMIT ÔÇÓ MILLESIMA ÔÇÓ NATHALIE VIET ÔÇÓ NICOLAS ÔÇÓ PASSION VINS ÔÇÓ SYNDICAT DES CAVISTES ÔÇÓ VINIMARCHE ÔÇÓ VINTAGE FERRET ÔÇÓ WANTED COMMUNITY

Malgré la possibilité de continuer leur commerce, à l'annonce du confinement les cavistes ont vu leur activité suspendue de fait et beaucoup sont restés porte close. Avant de s'adapter et rouvrir progressivement, pour des résultats à ce jour balbutiants.

Les peurs et incertitudes des premières semaines de confinement



A l'annonce brutale du confinement, un vent de panique souffla sur la France. Il fallait se protéger et protéger son prochain : « restez chez vous » Les cavistes ont alors pu se demander si leur commerce était bien « essentiel » à la vie de la nation. Dans une démarche

citoyenne, malgré l'autorisation dont ils jouissaient, devaient-ils ouvrir au risque de propager le virus ? Nathalie Viet, déléguée générale du *Syndicat des Cavistes Professionnels* estime qu'environ **80% des caves sont restées fermées** la première semaine : *« On était perdus, les directives générales étaient floues et les consignes sanitaires balbutiantes.* ***Le réflexe a été de fermer pour protéger nos employés et le public*** *»* Parmi ceux qui sont restés ouverts, certains ont essuyé un certain opprobre. Ainsi témoignent Amélie et Valentin Roche Seguela, propriétaires de la Cave *le Vin'Tage* au Cap-Ferret : *« Après une semaine d'hésitation, nous avons décidé que la cave resterait fermée mais avons mis en place un service de livraison à domicile. Nous pensions ce choix mesuré mais avons reçu des* ***messages parfois violents sur les réseaux sociaux****, ce qui nous a beaucoup touchés »*. Mais l'avenir devait donner raison à ces premiers de cordée, et aujourd'hui ce sont des messages de soutien et de remerciements qui affluent. Et face à la réalité économique, les caves n'avaient d'autre choix que de rouvrir. Ce qu'elles font les unes après les autres après avoir établi de nouveaux process.



Le bar et cave à vin le *Vintage Ferret* est fermé mais Amélie et Valentin assurent les livraisons aux particuliers – Photo © Benjamin Jeantet Marconi

Un fonctionnement en équipe réduite et l'offre de nouveaux services

Les cavistes ont dû adapter empiriquement les mesures sanitaires, sans masque au départ, et sans oublier qu'ils sont tenus à une **obligation de moyen renforcée de sécurité envers leurs salariés**. Les



petites caves ne comptant pas ou peu d'employé ont pu s'adapter rapidement, alors que les grosses structures sont soumises à plus d'inertie. Mais toutes ont dû trouver de nouvelles formules pour tenter de maintenir une activité. Bertrand Deltil du groupe *Passion Vins*, propriétaire des *caves Vinimarché* à Bordeaux nous explique : *« Après 2 semaines de fermeture, j'ai décidé d'ouvrir un seul de mes 4 points de vente 9 heures par semaine. J'ai également mis en place un service de livraison aux particuliers. Mais j'assume seul ces taches, et cela suffit à faire tourner la boutique. L'activité est très faible, mes 11 employés sont au* ***chômage partiel*** *»* Les

A *L'oenolimit* Olivier Raynaud a improvisé un comptoir avec des barriques pour délimiter son espace de vente – Photo © Marie-Caroline Rozier

cavistes *Nicolas* ont quant à eux rouvert 50% de leurs caves le 2 avril, suivis de près par les autres grands groupes. Au côté de **la livraison qui a explosé**, on a également vu l'apparition de nombreux **Drive ou Click and Collect**, le tout s'inscrivant si possible dans une démarche d'écoresponsabilité ou de solidarité, comme la livraison à vélo ou le reversement d'une part des ventes à des associations œuvrant contre le Coronavirus. **On aménage encore les boutiques**, comme à *l'Oenolimit* à Bordeaux où l'on a improvisé un comptoir à l'entrée de la boutique, afin que les clients n'y entrent plus. Encore faut-il que ces services adaptés soient connus par un public confiné.

Vers une dématérialisation du travail du caviste ?

Le caviste est l'ambassadeur des propriétés viticoles. Il est le lien humain entre le consommateur et le vigneron, il raconte le vin. La distanciation sociale implique de réduire au maximum les échanges, **déshumanisant et standardisant le travail du caviste. La pandémie a également fortement accéléré la digitalisation des cavistes indépendants**. Beaucoup ont renforcé ou créé leur offre en ligne, et communiquent sur les réseaux sociaux pour informer leurs habitués et toucher une nouvelle clientèle. Mais ce faisant ils se rapprochent du mode de fonctionnement de leurs plus grands rivaux, la grande distribution et les sites de vente de vin en ligne, qui n'oublient pas non plus de se renouveler, comme Millesima.fr qui a instauré un Drive en son entrepôt de Bordeaux. Le client retrouvera-t-il rapidement le plaisir de flâner entre les rangées de bouteilles de vins, ou devra-t-il s'habituer durablement au confort qu'offrent ces nouveaux services ? Il faut encore citer **une carte collaborative gratuitement accessible par tous pour**



Bertrand Deltil des caves *Vinimarché* livrant un particulier – Photo DR

trouver son caviste de proximité par géolocalisation. Plus de 800 caves y sont référencées dans toute la France (cf. dans les informations pratiques, en bas de cette page).

Des résultats financiers inquiétants mais une opinion publique favorable

« En ce début mai j'estime à environ 90% les points de vente étant ouverts » ajoute Nathalie Viet du *syndicat des cavistes professionnels. « Sur le mois écoulé je réalise environ 15% de mon CA habituel »*



Un parking déserté et le service drive des caves Vinimarché – Photo DR

précise Bertrand Deltil des *caves Vinimarché*. **Les volumes de vente sur les sites de vente de vin en ligne ont bondi, et la grande distribution connaît une tendance baissière de l'ordre de 30%**. Si l'esprit n'est pas à la fête, il semble que la consommation de vin dans les foyers français adoucisse les mœurs en cette période anxiogène, durant laquelle **se vend beaucoup de Bib et de premiers prix**. Les français consacrent du temps à leur alimentation et le local et de saison est plébiscité, ainsi qu'en atteste l'activité florissante des commerces alimentaires de proximité. Il n'en reste que sauf exceptions, le **chiffre d'affaires des cavistes s'est effondré** et qu'ils sont très inquiets, certains devant faire appel aux aides Etatiques ou aux crédits fournisseurs pour survivre dans une économie « mise en pause ». A l'approche du déconfinement, les cavistes sont parés pour répondre au mode de vie de demain. De **nombreuses initiatives solidaires** ont vu le jour entre les commerçants et avec leur public, et l'opinion publique leur est largement favorable. Les consommateurs orienteront-ils plus leur comportement d'achats vers les valeurs qu'ils souhaitent voir défendues ?

Informations pratiques

Carte de géolocalisation France des cavistes :
https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=11qV2ZR_KHaY6AAePLyD0C9PDfa7gaqH-&fbclid=IwAR09wKFCkKNwR1NhGYYedcqCCra_n5tqI1j1NiWYLTbt73mBlYO3gdim9J2.8951752000000397&z=3

Cartes de géolocalisation France des commerces de proximité :
https://dokomaps.com/coronavirus-les-endroits-ouverts
https://www.caresteouvert.fr/



MENTIONS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Alerte Stream™

Client	OMNICOM PUBLIC RELATIONS
Contact	
Mot-clé	NICOLAS
Chaîne / Station	SUD RADIO
Diffusion	31/05/2020 - 12:30:00
Durée	00:05:04
Emission	IN VINO
Présentateur	ALAIN MARTY
Rubrique	



Ecouter / Regarder cette alerte

12:47:33
Invités : Philippe Faure-Brac, président de la Sommellerie Française, meilleur sommelier du monde ; David Cobbold, expert en vin et co-fondateur de l'Académie du Vin de Paris. 12:47:41 L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris. 12:47:47 Rappel le principe de l'appellation d' origine protégée qui est l'équivalent européen de l'AOC, l'appellation d' origine contrôlée qu'est accordée par la Commission européenne. 12:49:36 Interview David Cobbold. 12:50:12 Interview Philippe Faure-Brac. 12:51:23 Citation le cépage pinot noir, pinot gris.

12:52:37

■ SUD RADIO (30/05/20 à 12:43 | 00:12:17) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est en direct chez Nicolas, le caviste fondé en 1822.

Radio

■ SUD RADIO (23/05/20 à 12:30 | 00:27:29) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

Le Parisien

Date : 21/05/2020
Heure : 06:27:03
Journaliste : Aurélie Lebelle

www.leparisien.fr
Pays : France
Dynamisme : 220

Visualiser l'article

Covid-19 : «Malgré toutes les aides de l'Etat, je vais devoir licencier»

Georges Richard est le patron de l'Atelier du Vin, société de 17 salariés. A l'arrêt depuis le 17 mars, son entreprise devrait perdre de 50 % à 60 % de son chiffre d'affaires cette année. Impossible pour lui de garder toute son équipe.



L'Atelier du vin propose du matériel œnologique haut de gamme, du tire-bouchon aux accessoires et à la verrerie. L'Atelier du vin

Georges Richard a l'impression d'avoir couru un marathon. Avec de gros coups de pompes. Depuis le 17 mars, début du confinement lié au coronavirus , son entreprise est quasiment à l'arrêt. Et ses 17 salariés presque tous au chômage partiel . « Cela a été très compliqué, confesse-t-il. Il faut dire que nous dépendons quasi exclusivement de la vente en magasin. » L'Atelier du vin, l'entreprise familiale qu'il a reprise il y a dix ans, propose du matériel œnologique haut de gamme, du tire-bouchon aux accessoires pour la préservation du vin en passant par la verrerie.

Vendus dans les boutiques d'arts de la table des centres-villes ou dans les grands magasins, ces produits sont restés sur les étagères pendant deux mois. « Même dans les boutiques Nicolas, qui ont eu le droit de rouvrir au bout de quelques jours, l'envie des consommateurs n'était plus là, explique-t-il. Les gens rentraient dans le magasin en sachant déjà ce qu'ils voulaient. Ils avaient envie de repartir au plus vite et pas de flâner pour offrir un cadeau à des amis. »

« J'ai pourtant activé tous les leviers disponibles »

Mais le chef d'entreprise n'a pas baissé les bras. Immédiatement après les annonces d'Emmanuel Macron à la télévision, mi-mars, Georges Richard a déposé une demande de prêt garanti par l'Etat auprès de sa banque. « Au départ, je pensais naïvement obtenir 25 % de mon chiffre d'affaires, raconte-t-il. L'entreprise se porte bien, nous avons une trésorerie excédentaire. Mais j'ai dû me battre durement pour obtenir 13 %. »

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Une bouffée d'oxygène pour sa société. Mais guère plus. Selon lui, ce précieux coup de pouce lui permettra de tenir jusqu'à la fin de l'été au mieux.



« Selon moi, l'activité ne reprendra vraiment qu'en 2021, confie Georges Richard, le PDG de l'Atelier du Vin./ L'Atelier du Vin

« J'ai pourtant activé tous les leviers disponibles dès que j'ai pu : reports de charges, prêt garanti, chômage partiel pour 85 % des salariés, bail reporté, liste-t-il. Malgré toutes ces aides, ça ne suffira malheureusement pas. Mon chiffre d'affaires sera en baisse de 50 %, voire 60 %, cette année, dans le meilleur des cas. Sans compter que, selon moi, l'activité ne reprendra vraiment qu'en 2021. »

Après des semaines de démarches pour éviter le crash, Georges Richard n'est pas dupe. Pour éviter que l'entreprise ne s'effondre avec un chiffre d'affaires en berne, il ne lui reste qu'un levier d'économies : la masse salariale. Au total, entre huit et dix personnes devraient être licenciées dans les semaines à venir. « C'est d'autant plus dur que dans une TPE, il y a toujours de l'affect, glisse-t-il. Mais là, je n'ai pas d'autres solutions. Avec les manifestations des Gilets Jaunes puis les grèves à Noël, les petites entreprises comme la mienne sont déjà toutes arrivées bien malades au moment de l'épisode du Covid-19. »

Tous droits réservés à l'éditeur

Radio

■ SUD RADIO (17/05/20 à 12:31 | 00:26:07) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

L'Echo

Date : 16/05/2020
Heure : 19:03:35
Journaliste : Michel Lauwers

www.lecho.be
Pays : Belgique
Dynamisme : 92

Visualiser l'article

Vinventions et Innologic créent des serre-masques en bouchon



Le serre-masque en recyclat, fabriqué à partir de bouchons en bioplastique. ©doc

Inventives, l'entreprise wallonne et sa consœur flamande ont mis au point un modèle de serre-masques fait avec des bouchons synthétiques recyclés. Vendus au prix coûtant, le but n'étant pas de faire du profit sur le dos de la crise.

Parmi les **initiatives d'industriels belges** pour contribuer à la lutte contre le Covid-19, le cluster (réseau d'entreprises) wallon du plastique **Plastiwin** en signale une bien sympathique mise en place par **Vinventions et Innologic** . Ces deux sociétés collaborent pour fabriquer et vendre au prix coûtant **des serre-masques faits au départ de... bouchons synthétiques** recyclés!

L'entreprise wallonne Vinventions, anciennement Nomacorc, est spécialisée dans la production de **bouchons en bioplastique** (à base de canne à sucre), qu'elle commercialise sous différentes marques. Elle s'est taillé une belle place dans nombre de marchés, y compris la France où ses solutions de bouchage de bouteilles sont appréciées par l'industrie vinicole. L'entreprise flamande Innologic opère dans le domaine de **l'ingénierie contractuelle pour les matières plastiques** .

Des pots de fleurs aux serre-masques
Les deux sociétés **coopèrent** déjà depuis des années dans **la collecte et le recyclage** des bouchons synthétiques. Vinventions gère les collectes, essentiellement auprès d'associations sur les marchés belge et français, qu'elle rémunère pour les bouchons que celles-ci lui rapportent. Certains cavistes, comme la

Tous droits réservés à l'éditeur

maison Nicolas, participent également à ces opérations de ramassage. Vinventions livre ensuite ces bouchons usagés à Innologic, **qui les transforme en granulats.** Ces derniers servent comme matière première pour différentes **applications,** telles que des pots de fleurs, des palettes, des panneaux pour clôture, etc.

"On vient de commencer, on verra quelle sera la demande. Mais nous les vendrons au prix coûtant, l'objectif étant d'aider à gérer la crise sanitaire."

Caroline Thomas
Europen marketing & communication manager, Vinventions
Depuis une semaine, les deux partenaires ont affecté une partie de cette production de granulats à **la fabrication de serre-masques** . "Les masques buccaux de protection sont munis d'élastiques qu'on accroche aux oreilles", explique Caroline Thomas, qui dirige la communication chez Vinventions. "À la longue, ce **mode d'accrochage** provoque des **douleurs** aux oreilles, d'où l'intérêt d'attacher les élastiques à des serre-masques qui font le tour de la nuque."

40 à 50
tonnes
L'an dernier, Vinventions a récolté 40 à 50 tonnes de bouchons synthétiques usagés pour les faire recycler.
L'an dernier, Vinventions a **collecté entre 40 et 50 tonnes de bouchons** , qui ont été recyclés par Innologic. Il est encore un peu tôt pour estimer le nombre de serre-masques qui seront fabriqués au départ de ces granulats de bioplastique. "On vient de commencer, on verra quelle sera la demande", souligne Caroline Thomas. "Mais nous les vendrons **au prix coûtant,** l'objectif étant d'aider à gérer la crise sanitaire."

CONSEIL
Laissez-vous inspirer par les entrepreneurs wallons.

Inscrivez-vous maintenant à La Wallonie Entreprend.

Envoi hebdomadaire par e-mail - Désinscription en un seul clic

"On peut fabriquer jusqu'à 3.000 serre-masques par jour", précise Marc Tometschek chez Innologic. C'est cette dernière qui s'occupera des ventes. Les premiers clients sont des fabricants de masques, des hôpitaux et des dentistes.

Tous droits réservés à l'éditeur

■ SUD RADIO (16/05/20 à 12:30 | 00:00:37) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas, place de la Madeleine à Paris.

LE BIEN PUBLIC

Date : 16/05/2020
Heure : 13:34:31
Journaliste : A. Ma.

www.bienpublic.com
Pays : France
Dynamisme : 84

Visualiser l'article

Il y a 60 ans, Alfred Hitchcock était honoré en Côte-d'Or

Disparu il y a maintenant 40 ans, le maître du suspense, Alfred Hitchcock, un des plus grands cinéastes du XXe siècle, était aussi un amoureux du vin. Au point d'être intronisé Chevalier du Tastevin en mai 1960.



Diaporama : http://www.bienpublic.com/economie/2020/05/16/il-y-a-60-ans-alfred-hitchcock-etait-honore-en-cote-d-or

C'était il y a 60 ans. En mai 1960, Alfred Hitchcock se trouvait en Côte-d'Or pour être intronisé Chevalier du Tastevin par la confrérie du même nom. Une intronisation dont il reste peu de traces dans nos archives hormis deux photos que nous vous proposons de (re)découvrir aujourd'hui.

Il avait un vignoble et ses vins fétiches
Amoureux du vin et des bonnes choses Hitchcock ? C'est le moins que l'on puisse dire. Le cinéaste possédait deux résidences : une première à Los Angeles même où les seules rénovations qu'il effectuera avec son épouse, Alma, consisteront en un agrandissement de la cuisine et la création d'une cave totalement dédiée pour le vin. La seconde ? Un vignoble à Santa Cruz, toujours en Californie.

Et si les vins californiens - souvent nés de cépages français - n'étaient pas absents de sa table, quelques grands noms des vignobles français avaient la préférence du maître du suspense. Des bordeaux comme les vins du Médoc ou de Saint-Emilion mais aussi des bourgognes comme le pouilly-fuissé, le musigny ou le montrachet comme le raconte Casey McKittrick dans son livre *Hitchcock's Appetites: The Corpulent Plots of Desire and Dread (*que l'on pourrait traduire ainsi : Les appétits d'Hitchcock : corpulentes intrigues de désir et d'effroi). Un livre où l'on apprend aussi qu'un des plats préférés d'Hitchcock - la sole de Douvres - ne pouvait être dégusté qu'avec un vin blanc montrachet.

Le bourgogne jusque dans ses films
Si Hitchcock a été intronisé, c'est évidemment en raison de son amour du vin mais aussi car son cinéma offrait une belle promotion au cette boisson souvent présente à un moment ou un autre de ses longs-métrages. L'exemple le plus marquant pour les vins de Bourgogne ? Les Enchaînés en 1946 comme le rappelle le blog du caviste Nicolas, qui fourmille d'anecdotes autour du vin. Un film dans lequel Cary Grant et Ingrid Bergman vont découvrir qu'une bouteille de Pommard, objet central de l'intrigue, a été subtilisée afin que son précieux nectar soit remplacer par de l'uranium.



0Ob2ZwkPOlmixZxnN05KjxUAW3o4WYPMMKpCHSnThq6ZCt567aRyMO3zX-HHWS4N3g0lUhxmOPtQn1rFEQpER3gYTQ4

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Ces autres personnalités intronisées au fil des ans

Evidemment, on ne pourra pas être exhaustif. Et pour cause, depuis la création de la confrérie en 1934, celle-ci a bien grandi. Aujourd'hui, on compte aujourd'hui près de 12 000 membres répartis dans plusieurs dizaines de commanderies et sous-commanderies à travers la planète.

Des amoureux du vin, de la Bourgogne et de ses traditions parmi lesquels figurent certains noms plus connus que d'autres. Des personnalités intronisées pour certaines en Côte-d'Or tandis que d'autres l'ont été au sein d'autres commanderies de la confrérie.

On pourra citer plusieurs personnalités politiques ou de haut rang comme des présidents (Charles de Gaulle, René Coty, Valéry Giscard-d'Estaing, François Mitterrand, Ronald Reagan...), l'ancien chancelier allemand Helmut Kohl ou des personnalités des familles royales comme la princesse royale Anne d'Angleterre ou Albert II de Monaco.

Mais aussi des personnalités du monde du cinéma (Hitchcock, Louis de Funès, Fernandel, Catherine Deneuve...) ou du sport (Alain Prost, Eddy Merckx, Jacques Anquetil...).

0Ob2ZwkPOlmixZxnN05KjxUAW3o4WYPMMKpCHSnThq6ZCt567aRyMO3zX-HHWS4N3g0lUhxmOPtQn1rFEQpER3gYTQ4

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

L'EFFET WAOUH ! - Sommelier & Consultant en vins, Paris



L'effet WAOUH dans le vin, ça existe, sous conditions...

Vous savez à quel point je suis exigeant en matière de vins. Tout récemment encore, en allant faire quelques compléments de courses en grandes surfaces, pour les produits ménagers, je me suis promené en passant devant les linéaires dans le rayon vins. Pour voir. J'ai regardé.

WAOUH ! QUE C'EST BON !

Sommaire:

C'est quoi l'effet WAOUH?
L'effet WAOUH ça arrive souvent?
L'effet WAOUH ça se mérite!
Mes meilleurs vins à 10, 15, 20€ (à venir)

Tous droits réservés à l'éditeur

J'ai très vite compris. Et j'ai été déçu. Oh! pas pour moi, 0 surprise.

Je n'achète jamais de vin dans ces endroits.

Néanmoins je trouve très important de vérifier par soi même.

Pour voir, se tenir au courant, rester à l'affût. Les Foires aux Vins approchent, j'ai déjà les fichiers Excel des grandes enseignes, c'est vous dire.

Mais aussi pour toutes ces si nombreuses personnes qui aimeraient au moins une fois dans leur vie savoir ce que c'est de ressentir cet effet WAOUH!

Alors, devant ce rayon, la première question que je me suis posé, était destinée à tous ceux qui ne connaissent pas le vin. Donc à 98% des gens. C'est énorme, n'est ce pas? Et c'est dommage. Vraiment.

Et là, en mon for intérieur, je me suis demandé: "arrive t'il souvent aux gens de ressentir un effet WAOUH en ouvrant une bouteille de vin?"

WAOUH! Put....!! Ça c'est super bon !

Voilà ce qu'est l'effet WAOUH! Quand, spontanément, vous sortez ce type de réflexion. Ça vient du coeur.

C'est instantané.

Ça procure un plaisir tel. Rare, car pas habituel. Oui, si ce n'est pas habituel, ça peut devenir rare. Ça l'était. Jusque là.

Tous droits réservés à l'éditeur

Pour ces consommateurs, c'est à ce moment-là qu'ils réalisent qu'ils sont passés à côté d'une sensation aussi formidable.

Et surtout, ce vin, on s'en souvient! Longtemps. Très longtemps! Quand tous les autres auparavant ont déjà été oubliés.



Revenons à la question: *'Arrive t'il souvent aux gens de ressentir l'effet WAOUH en ouvrant une bouteille de vin?*'.

Allez, j'ai la réponse. Cessons le suspense plus longtemps.

Évidente, implacable!

Non ! Rarement.

Cette question, je la pose systématiquement lors de toutes mes formations, animations de dégustations, séminaires. En gros, chaque année, à quelques milliers de personnes.

Tous droits réservés à l'éditeur

Si je pose la question suivante: 'Vous arrive t'il de prendre du plaisir en ouvrant du vin', une toute petite partie répond doucement 'mouais'.

Mais l'effet WAOUH ce n'est pas que cela.

Ça va plus loin!

C'est se dire: "WAOUH, Put....! Qu'est ce que c'est bon!" Et là, très peu de gens répondent par l'affirmative.

iframe : my.sendinblue.com
"ils n'y connaissent rien, donc ils ne peuvent pas savoir ce que ça fait, un effet WAOUH"

À celles et ceux qui me répondraient: *"ils n'y connaissent rien, donc ils ne peuvent pas savoir ce que ça fait, un effet WAOUH"*

Eh bien, vous avez tort !

Je vous rétorque: *"Prendre le consommateur pour ce qu'il n'est pas est une erreur"*.

Croyez moi quand j'ouvre une bouteille, l'effet WAOUH est presque garanti, pour ces consommateurs qui n'ont pas accès aux bons vins, car ils n'y connaissent justement rien.

Le véritable bon caviste indépendant, il ne s'y rend pas. 85% des consommateurs achètent le vin en GD ou chez Nicolas. C'est leur choix. Leur donner la possibilité d'avoir accès à un très joli vin à moins de 10€ est important afin de les aider à comprendre ce que le vin peut leur offrir en terme de plaisir.

Et j'ai envie d'être un peu provocateur en révélant que l'effet WAOU, ça se mérite ! Naturellement.

Tous droits réservés à l'éditeur

Seuls les plus curieux parviendront à fuir ces lieux de consommation, qui ne permettent pas de trouver plus qu'une once du début de plaisir.

Prendre le consommateur pour ce qu'il n'est pas, est une erreur fondamentale.



Choisir son vin en GD limite l'accès aux vins d'émotion

Redonner de la confiance est difficile, chacun est entouré de barrières, de peurs.

Afin de les lever il est parfois nécessaire d'activer certains leviers.

Je le perçois facilement durant les formations que je dispense, ou même durant mes 'coachings' ou 'mini-cours' en visio.

Je réponds à certaines questions liées à ces craintes en passant par certains chemins détournés. Et cela fonctionne !

Quand on n'y connait rien en vins, il est très difficile de faire confiance à un professionnel dont le métier est de vendre des vins qui ont du sens. Il est méfiant, voire défiant. Oser franchir le seuil d'une cave est une étape pas toujours simple à franchir. Et pourtant, l'effet WAOUH s'y trouve caché parmi toutes ces bouteilles. Lui donner confiance est un devoir pour nous, professionnels, relayeurs, et prescripteurs.

Tous droits réservés à l'éditeur



Voilà un type de vin capable de donner un plaisir fou à prix doux!

À nous professionnels, de faire prendre conscience aux consommateurs qu'ils ont aussi le droit de croiser la route de ces fameux vins à effet WAOUH, pas trop chers mais impulsés par des vignerons de talent, formidables, passionnés.

La seule limite de ces consommateurs ?

Leurs habitudes!

Née d'une peur, une seule: La peur du changement.

Mais rassurez-les, chaque peur naît d'une seule chose: le désir.

Tous droits réservés à l'éditeur

Derrière la peur du changement, se cache le désir de vivre de nouvelles expériences. Ce désir est enfoui, mais bien présent.

Alors, à nous, de les aider à trouver ne serait ce qu'un seul vin qui, enfin, leur procurera ce fameux effet WAOUH!

À nous de donner la possibilité au consommateur d'avoir accès, ne serait ce qu'une seule fois, à un beau vin à prix doux pour lui faire prendre conscience qu'il passe à côté de quelque chose de magnifique, de WAOU!

C'est pour cela que j'ai décidé désormais de créer une rubrique spéciale dédiée à mes 'meilleurs' vins à prix tout doux!

Afin que d'éventuels consommateurs, même si ils n'y connaissent rien en vins, curieux puissent avoir accès à des bouteilles capables de leur faire prendre conscience, que oui, l'effet WAOUH peut aussi leur être accessible! Pour une vie un peu plus douce, par moments !

À suivre donc prochainement!

Emmanuel Delmas

Pour tout connaitre sur les accords mets & vins, les tanins et les vins rouges,

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



ou encore l'aération des vins, le vin et son service, offrez-vous mes nouveaux magazines pédagogiques en PDF sur ces sujets passionnants. Pour vous, partout, tout le temps. J'ai édité récemment 6 magazines pédagogiques de 20 à 88 pages. Le dernier, le Vin et les fromages offre 88 pages! Le catalogue est ici.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article





Pédagogiques, ces magazines vous aideront à apprendre des choses passionnantes, sur divers sujets. Ainsi vous pourrez les lire partout, tout le temps, pour tout le monde.

Ils existent également en pack duo, trio ou quatuor. "Au Service du Vin", le magazine qui rend le vin vraiment accessible. A partir de 4,90€. Cliquez sur les images afin de vous les offrir.

Tous droits réservés à l'éditeur



Je propose également des packs duo, trio, quatuor et la quintette afin de proposer des tarifs avantageux. Ainsi que désormais l'Intégrale qui réunit tous les magazines de la collection. Offrez-vous toute la collection et apprenez encore mieux sur plein de sujets essentiels du vin.



Tous droits réservés à l'éditeur

Cliquez sur les photos pour vous rendre sur le catalogue

Comment acheter mes magazines?

Vous commandez et payez sur la plateforme ultra sécurisée et fiable, PayFacile, je reçois une alerte et je vous envoie personnellement vos magazines en PDF.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Marlène Schiappa revient avec nous sur les menaces qui planent autour des femmes dans le monde d'aujourd'hui



© Secrétariat d'État chargé de l'Égalité entre les femmes et les hommes

Malgré une lutte croissante contre les violences conjugales, le ciel sociétal s'assombrit par un recul préoccupant des droits des femmes et de leur représentation dans la sphère publique. Des faits que Marlène Schiappa, nous explique dans un panorama rassemblant belles initiatives et potentielles craintes du lendemain.

Conjuguer son rôle de mère et celui de représentante du gouvernement, c'est un sacré pari. Et que dire après deux mois de confinement. La vie privée se retrouve bien souvent à la frontière de la vie professionnelle. Marlène Schiappa, secrétaire d'État auprès du Premier ministre, chargée de l'Égalité entre les femmes et les hommes et de la Lutte contre les discriminations , confronte ces deux réalités dans une société en proie à de nombreuses crises. Sous l'effet du coronavirus, les **violences conjugales** sont devenues une lutte encore plus prenante pour le cabinet de Marlène Schiappa, dans un confinement qui a pu tendre les relations chez les couples.

" *Quand on est membre du gouvernement dans cette période, on est à la fois comme tous les Français, mais d'un autre côté, il faut avoir en tête que le pays compte sur nous. Je suis mère de deux filles, donc j'ai dû faire*

Tous droits réservés à l'éditeur

face à la fermeture des établissements scolaires et m'organiser pour faire l'école à la maison. J'ai eu aussi des craintes pour la santé de mes proches qui sont touchés par le coronavirus. J'ai de nombreux soignants dans ma famille qui ont été mobilisés. Avec mon métier, je ne suis pas là pour subir les faits, je suis là pour agir. Avec mon cabinet, nous sommes intervenus dans le dossier des femmes victimes de violences conjugales qui appelaient à l'aide sur les réseaux sociaux. Mon équipe et moi, nous avons, par exemple, livré un par un des téléphones aux écoutantes du ***39 19*** *(Numéro d'écoute national destiné aux femmes victimes de violences). Nous avons donc été acteurs de nos initiatives tout en vivant nos vies personnelles.* ", nous confie-t-elle.

Une offensive à long terme dans le domaine de la protection des femmes que la secrétaire d'État a détaillé dans son rapport pour la Fondation Jean Jaurès intitulé " *Covid-19 : menaces sur les femmes dans le monde* ". Parmi les sujets abordés : l'augmentation des violences conjugales et intrafamiliales, le surmenage des femmes en première ligne, ou encore le recul des droits reproductifs pendant et après la crise.

Déjà, un premier bilan sur les actions mises en place par le gouvernement pendant le confinement peut être énoncé. " *Il y a des choses très concrètes et très efficaces qui ont été faites, mais je ne dis pas cela pour faire de l'autosatisfaction, car tant qu'il reste un féminicide, c'est un féminicide de trop. Pendant les deux mois de confinement, on déplorerait trois à quatre meurtres de femmes. Ce qui est moindre par rapport aux statistiques habituelles. Il y a eu une vraie mobilisation collective et j'en suis fière. Beaucoup d'entreprises ou de grandes enseignes ont mis des locaux à disposition pour devenir des centres d'hébergement pour les victimes comme à l'OM. Elles ont aussi diffusé les informations sur les dispositifs actés : le 39 19 et la plateforme arretonslesviolences.gouv.fr , sur les tickets de caisse du Groupe Casino, des pizzas Sodebo, ou encore, les enseignes Nicolas. Les pharmaciens, quant à eux, se sont aussi mobilisés pour donner des alertes. C'est un grand terrain de solidarité* ."

Le 6 mai dernier, Marlène Schiappa s'est rendue au centre Robert Louis-Dreyfus à Marseille. L'Olympique de Marseille, en association avec la Préfecture des Bouches-du-Rhône et l'association "SOS Femmes 13" a mis à disposition des installations de son centre de formation pour héberger femmes et enfants victimes de violences pendant cette période de confinement.

" *Cela est toujours très émouvant. Ce sont des visites touchantes. J'ai vu une dame venant du Maroc et à peine, je suis rentrée dans sa chambre, qui est celle d'un jeune joueur, elle m'a remercié chaudement, ainsi que la France. De même, j'étais présente lors des premiers pas d'une petite-fille. Pour moi, cela est positif, car elle aurait pu vivre à ce moment-là les pires souvenirs de sa vie en tant qu'enfant d'une mère frappée par son compagnon, insultée et mise à la rue. Il y a aussi un petit garçon qui a pu réaliser son rêve : parler au téléphone avec son joueur préféré, Florian Thauvin, grâce au président de l'O.M. L'enfant nous a ainsi dit que ce jour était le plus beau de sa vie. C'est merveilleux de voir que d'une situation plus que difficile des moments lumineux peuvent arriver.* "

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



© Secrétariat d'État chargé de l'Égalité entre les femmes et les hommes

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



© Secrétariat d'État chargé de l'Égalité entre les femmes et les hommes

D'un projet gouvernemental à une humanité certaine, il n'y a qu'un pas ou une rencontre, si nous devons résumer les propos de Marlène Schiappa. Une particularité du secrétariat d'État égalité femmes hommes, selon elle : " *Nous ne travaillons pas que sur des tableaux Excel et sur des budgets. Nous travaillons sur des problématiques humaines avec ce qu'il y a de pire, mais aussi de meilleur. À chaque fois que nous sommes dans un centre d'accueil et que des femmes nous expliquent qu'elles ont finalisé leur C.V ou un dossier pour retrouver du travail et un logement, nous en sommes heureux.* "

Mme Schiappa souligne qu'aucun gouvernement n'a autant fait pour lutter contre le fléau des violences conjugales. " *J'ai été en contact avec quasiment toutes les précédentes politiques depuis que je suis adulte. À l'époque, quand je plaidais pour la cause, on me disait que c'était un sujet trop difficile, avec peu de résultats, donc aucun intérêt politiquement. Le président Emmanuel Macron a eu le courage de dire que la priorité est de protéger les femmes. Nous sommes donc les premiers à avoir fait un Grenelle des violences conjugales, qui a débouché sur plus de 120 mesures : la création des bracelets d'éloignement - la déchéance de l'autorité parentale pour les hommes violents – la saisie des armes dès la plainte – la possibilité des déposer des plaintes en ligne – la création de la plateforme 'Arrêtons les violences.gouv.fr'- la formation des policiers et des gendarmes – l'allongement de la durée de prescription…* "

Tous droits réservés à l'éditeur

" *J'ai demandé au ministre de l'Éducation nationale et de la jeunesse de mobiliser les écoles dans la lutte contre les violences conjugales, car c'est un lieu où les femmes peuvent s'exprimer sur leur condition et se faire aider. Il a ainsi envoyé aux personnels un récapitulatif de tous les dispositifs lancés pendant le confinement.* ", précise-t-elle.

Au vu de toutes ces initiatives, il est bon de rappeler que chaque citoyen a un rôle à jouer, n'importe qui peut sauver une vie. Tout commence, pour Marlène Schiappa, par le simple fait de questionner une victime de violences. " *Il faut dire à ces femmes qu'elles ne sont pas responsables de ce qu'elles vivent et qu'elles doivent prendre des mesures pour être protégées. Personne n'a le droit de les frapper. Des endroits existent, où personne ne les jugera.* "

Droits des femmes et visibilité affaiblis

Au gré des mesures, une vraie menace pèse, pourtant, sur les droits des femmes dans le monde. " *Soit on progresse, soit on régresse, il n'y a pas de surplace. On le voit sur l'accès à l'IVG ou à la contraception. Il y a des menaces qui se mettent au jour. Cela va demander une mobilisation extraordinaire parce qu'il y a des personnes qui nous disent, encore plus aujourd'hui, que ces sujets ne sont pas la priorité. Un constat qui se prouve dans une étude que j'ai commandée, sur la répartition des tâches ménagères entre les femmes et les hommes pendant le confinement. La conclusion est qu'il y a un épuisement chez les femmes. Quand on a partagé ces résultats sur les réseaux sociaux, nous avons eu une multitude de messages insultants comme si cela était tabou. Les commentaires disaient : mais enfin, ce n'est pas le moment de parler d'égalité, de qui s'occupe des enfants, ce n'est pas le problème. C'est une double peine pour les femmes. La société considère normale qu'il faille s'occuper des repas, du ménage et s'occuper des cours à la maison pour les enfants. Et cela sans énoncer le mot inégalité. Le dire, c'est comme aller trop loin* .", affirme Mme Schiappa.

Une certaine perception de la vie quotidienne que la femme politique met en parallèle avec les dires d'une sociologue de l'Université du Kent. Cette dernière pense que nous assistons à un retour vers le stéréotype de la bonne ménagère des années 1950. L'analyse franche et nette résonne avec le fameux terme "coronaviril" (la non-visibilité des femmes pendant la crise sanitaire).

" *Nous avons un paradoxe incroyable comme le voit l'historienne Michelle Perrot. Les femmes se sont révélées indispensables lors de cette période : 90% d'aides-soignantes, 70% d'enseignantes du premier degré, sans parler des caissières et des couturières de masques. Mais elles ont moins accès à la parole dans les médias que les hommes.* ", ajoute la secrétaire d'État.

Harcèlement de rue et cyberharcèlement

Le harcèlement de rue est la grande question dans ce monde d'après-confinement. Marlène Schiappa rappelle à juste titre que la France est le premier pays au monde à verbaliser cette agression. " *Il faut dire à ces femmes qu'elles ne sont pas responsables de ce qu'elles peuvent entendre sur leur tenue ou l'heure à laquelle elle sorte.* "

De la rue, nous passons à une autre agressivité, celle qui se déroule sur Internet : une montée de la haine sur les réseaux sociaux. " *Nous réunissons régulièrement les plateformes comme Twitter et Facebook. Mais non attendons beaucoup plus de leur part. Facebook a fait de nombreux efforts sur la modération et Snapchat s'est révélé efficace face au revenge porn (affaire des comptes 'Fisha') en supprimant les contenus que nous leur avons signalés et en créant une chaîne pédagogique avec e-enfance, Twitter de son côté laisse passer trop de contenus haineux. Je tiens à rappeler aussi que le cyberharcèlement en meute est condamné par la loi. J'observe qu'il y a une parole décomplexée dans la haine, dans une société de plus en plus violente. Tous les jours, je reçois des insultes sexistes de la part d'opposants ou de la fachosphère, comme beaucoup de*

Tous droits réservés à l'éditeur

femmes politiques. Et cela se concrétise par une cinquantaine d'individus qui se réunissent en bas de chez moi pour me traiter de 'salope' ou me dire qu'ils veulent me tuer, le tout devant mes enfants. Un grand nombre de responsables politiques ont ricané, en déclarant que ce n'était pas grave d'aller chercher une femme chez elle." , nous avoue la secrétaire d'État.

Ce monde, serait-il en train de virer vers son côté le plus sombre ? Peut-être, selon Marlène Schiappa, si nous nous penchons sur l'étude d'une ONG indienne qui a relevé qu'à mesure que le confinement avance les recherches sur les sites pornographiques sont de plus en plus violentes, avec des mots recherchés comme "tortures", ou encore "sanglants".

Sur la question de comment ses filles perçoivent la place des femmes dans notre monde actuel, la défenseuse de la gent féminine explique qu'elles sont très éveillées sur la question de par le métier de leur mère qu'elles ont pu vivre au fil des jours pendant le confinement. Une génération sensibilisée depuis les plus jeunes années de l'enfance, d'après elle.

Et sur le concept du jour d'après, qui titillent de valeureux intellectuels, Marlène Schiappa pense que l'essentiel se base sur un dialogue où **chacun écoute le lendemain de l'autre** .

OK/PAS OK : le cyberharcèlement

Tous droits réservés à l'éditeur

Radio

■ SUD RADIO (09/05/20 à 12:30 | 00:00:35) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas Paris 31 Place de la Madeleine.

l'union

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 94689





Date : 09 mai 2020
Page de l'article : p.6-7
Journaliste : JEAN-MICHEL FRANÇOIS

CRISE DU CORONAVIRUS



Tous droits réservés à l'éditeur

l'union

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 94689

Date : 09 mai 2020
Page de l'article : p.6-7
Journaliste : JEAN-MICHEL FRANÇOIS

ÉCONOMIE

LES (VIVES) INQUIÉTUDES DE LA CHAMPAGNE

Les ventes de champagne sont au plus bas. L'impact sur les trésoreries sera rude. Les acteurs de la filière commencent à s'organiser pour cette saison et réclament un ajustement des charges.

Tous droits réservés à l'éditeur

l'union

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 94689

Date : 09 mai 2020
Page de l'article : p.6-7
Journaliste : JEAN-MICHEL FRANÇOIS

Certes, la vendange est encore loin et Maxime Toubart, président du Syndicat général des vignerons (SGV), a raison de chercher à calmer le jeu en dénonçant les rumeurs les plus folles qui courent dans le vignoble quant au futur rendement *(nos éditions du 30 avril)*. La décision sera prise le plus tard possible, en fonction des évolutions de la crise, des marchés, des besoins. Reste que les inquiétudes sont réelles et fortes.

À Avize (Côte des Blancs), Véronique Petit est récoltante-manipulante. Les deux marques auxquelles elle participe produisent 35 000 bouteilles par an. « *Jusqu'à aujourd'hui, j'étais à peu près à l'équilibre grâce à l'export vers les États-Unis qui a bien marché il y a quelques mois, à l'époque où le président américain menaçait de taxer les produits français, dont le champagne, à 100 %. Les importateurs ont anticipé et acheté en prévision.* » Heureusement, Trump s'est ravisé en plein mois de janvier, la Champagne n'a fait, à ce moment-là, que ressentir le souffle du boulet. Depuis, le marché est atone et le restera le temps qu'il le jugera nécessaire.

LE RISQUE DE PERDRE DES CLIENTS À TERME

La principale crainte à court terme de Mme Petit porte sur le volume qu'elle aura le droit de cueillir à la vendange prochaine. « *On nous dit que nous sommes en guerre. Or, à toutes les fins de guerre, le commerce repart de l'avant. Mais si nous sommes soumis à une petite appellation cette année et que le marché retrouve des couleurs, qu'aurons-nous à vendre dans deux ou trois ans puisque nous aurons peu récolté en 2020 ?* » Si tel devait être le cas, Véronique Petit s'interroge sur la bonne marche de l'entreprise. « *Si nous n'avons pas assez de champagne à vendre à ce moment-là, nous risquons de perdre des clients qui iront se fournir ailleurs, vraisemblablement auprès du négoce qui sera moins impacté que les producteurs comme nous.* »

"Ce qui change aujourd'hui, ce sont les coûts fixes beaucoup plus importants qu'avant, ainsi que le poids des charges sociales"
Xavier Muller, président de la coopérative Mailly Grand Cru

Mais pourquoi faudrait-il se contenter d'une petite appellation si le vignoble a la capacité de produire une belle récolte, ce qui, selon les premières observations, semble plutôt se profiler ? Essentiellement à cause de la perte des revenus à laquelle le secteur du champagne risque fort de ne pas échapper, sauf miracle improbable.

Exploitant et président de la coopérative Mailly Grand Cru, à Mailly-Champagne (Montagne de Reims), Xavier Muller liste une série de problèmes directs et indirects à mettre sur le compte de la crise du coronavirus. Il évoque d'abord deux certitudes : l'argent sort plus qu'il ne rentre dans les entreprises et, oui, il

Tous droits réservés à l'éditeur

l'union

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 94689

Date : 09 mai 2020
Page de l'article : p.6-7
Journaliste : JEAN-MICHEL FRANÇOIS





Page de gauche. Les ventes de champagne sont en chute libre pour ce printemps, mais la moitié des ventes annuelles se réalise traditionnellement lors des trois derniers mois de l'année. Bernard Sivade
Ci-dessus. Le niveau de rendement de la prochaine vendange sera ajusté le plus tard possible, en fonction du marché et des besoins. Christian Lantenois
Ci-contre. Xavier Muller, président de la coopérative Mailly Grand Cru. Jean-Marie Champagne

est évident que l'appellation de 2020 sera forcément inférieure à celle de 2019 !
« *Les ventes sont au point mort, ou presque. Le choc est un peu moins rude dans les pays nordiques où il y a moins de confinement et où l'on consomme encore. Mais si nous n'avons pas l'argent en caisse, comment ferons-nous pour payer les vignerons, les traitements, les vendangeurs, le raisin et tout le reste ?* » Xavier Muller se souvient d'années difficiles avec des chutes significatives de rendements, « *comme en 1981 où nous avions récolté 4 000 kilos par hectare. Mais cela a fini par être absorbé au bout de quelques années. Ce qui change aujourd'hui, ce sont les coûts fixes beaucoup plus importants qu'avant, ainsi que le poids des charges sociales. Tout augmente, je ne vois pas de poste financier à la baisse, d'autant que le monde du champagne investit considérablement en matière de haute valeur environnementale et de viticulture durable, les coûts de production augmentent.* »

"NE SURTOUT PAS BAISSER LES PRIX DE VENTE DU CHAMPAGNE"

Bref, il va falloir continuer de fonctionner comme chaque année en dépit de revenus plus ou moins largement amputés. La question centrale étant de savoir comment payer une vendange, a priori normale (rappelons que le prix du raisin à champagne est l'un des plus chers du monde, autour de 7 euros le kilo), avec de l'argent qui ne sera pas rentré ? La solution la plus évidente consiste donc à adapter le rendement aux disponibilités de trésorerie. Et ceci, tout en maîtrisant les cours. « *Il ne faudra surtout pas baisser les prix de vente du champagne, ni celui du raisin, sinon, nous courrons à la catastrophe !* », prévient Xavier Muller. Non seulement, 2020 s'annonce délicate, mais l'année suivante risque de peser tout autant, à cause du décalage des charges et des impôts. Un ajustement aux conditions économiques réelles de 2020 apparaît comme une évidence aux acteurs de la filière qui vont, de toute évidence, devoir adapter leur plan de progression. Il est en effet probable que beaucoup d'entre eux reportent à une date ultérieure leurs dépenses d'équipements, notamment en machinisme viticole. ■ JEAN-MICHEL FRANÇOIS

Tous droits réservés à l'éditeur

l'union

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 94689

Date : 09 mai 2020
Page de l'article : p.6-7
Journaliste : JEAN-MICHEL FRANÇOIS

"NOUS NOUS DEVONS D'ÊTRE TOUS UNIS"

L'unité a le vent en poupe. « *Il faut tout mettre sur la table pour qu'on puisse prendre les meilleures décisions, sans précipitation, sans être dans la peur* », acte Maxime Toubart, président du Syndicat général des vignerons. Pour lui, les vignerons et le négoce doivent être plus que jamais « *et profondément* » unis pour affronter la crise. Xavier Muller confirme : « *Je crois très fort en l'organisation collective, avec le CIVC, le SGV et les coopératives. À plusieurs, nous sommes plus forts et les solutions plus nombreuses.* »

Maxime Toubart ne cache pas que la situation « *va être très dure* ». « *Ce que nous demandons en priorité, c'est de mieux pouvoir appréhender les charges et les impôts, nous sommes en discussion sur cette question autour de ce principe simple : puisqu'il y aura moins de produits, il faut moins de charges.* »

Pour la suite des événements, le président du SGV pense à la période de redémarrage de la consommation. Là aussi, il prône l'unité. « *Nous aurons à réfléchir sur une communication collective, à investir collectivement sur une démarche promotionnelle du champagne.* »



Maxime Toubart : « Puisqu'il y aura moins de produits, il faut moins de charges. »

"ON CONTINUE DE VENDRE DU CHAMPAGNE"



Les cavistes continuent de vendre du champagne auprès d'une clientèle locale. Remi Wafflart

Tous droits réservés à l'éditeur

l'union

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 94689

Date : 09 mai 2020
Page de l'article : p.6-7
Journaliste : JEAN-MICHEL FRANÇOIS

Qui vend encore du champagne aujourd'hui, vin synonyme de partage et de fête, dans ce contexte de pandémie mondiale ? La fin du confinement qui se propage un peu partout va-t-elle permettre de redonner des couleurs à ce fleuron de l'économie régionale et nationale ? Personne ne se risque à des pronostics, dans un sens comme dans l'autre. Au CIVC, on indique que les chiffres officiels de ventes du mois de mars ne seront connus qu'à la mi-mai, alors qu'on s'attend à une chute vertigineuse, mais à coup sûr moins pire que pour avril qui restera le mois plus impacté de l'année. Du moins pour l'instant. Ici et là dans le vignoble, on entend quelques résultats partiels qui font froid dans le dos, des pourcentages de vente à un seul chiffre, quelle que soit la taille de la maison. Ce qui est certain, c'est que l'e-commerce fonctionne, la grande distribution aussi – même si le champagne n'est pas considéré comme un produit de première nécessité –, ainsi que les cavistes dont l'activité est elle aussi impactée par la crise. « *J'ai la chance de compter sur une belle clientèle rémoise et je continue de vendre du champagne régulièrement* », observe néanmoins Gilles Papavero, de l'enseigne « Le Vintage » à Reims. Certes, son deuxième commerce de bar à vin est fermé et il a réduit ses horaires d'ouverture en attendant de retrouver un rythme normal à partir du 11 mai. « *Le manque à gagner vient de la clientèle touristique étrangère. Moi qui suis derrière la cathédrale, je ne la vois plus passer, bien sûr.* »
Même avis chez Julien Ruault, cogérant de la cave Nicolas, en plein centre de Reims, qui relativise sa situation. « *Nous ne sommes pas les plus à plaindre dans le commerce puisque nous faisons partie de la chaîne alimentaire. Nous n'avons fermé que la première semaine du confinement. Depuis le week-end dernier, on commence à sentir un petit vent de reprise. Heureusement que nous sommes à Reims où l'on boit du champagne en toutes circonstances !* » Il reconnaît en vendre logiquement moins qu'avant mais, tout comme son collègue du Vintage, Julien Ruault fait état d'une évolution quant à la nature des achats, avec une demande plus soutenue qu'avant en direction d'autres vins, comme le rosé.

LES AUTRES POINTS

Un guide en préparation pour la prochaine vendange

Plusieurs questions concernent l'organisation des vendanges. En premier lieu, celle de la main-d'œuvre étrangère que l'on sait habituellement abondante. Aura-t-elle la possibilité de venir ? « Nous souhaitons que l'État autorise sa venue dans des conditions bien sûr très précises et très rigoureuses. Ces dernières semaines, certains pays ont pu y recourir, comme l'Allemagne pour la récolte des asperges », indique l'Union des Maisons de champagne. Pour ceux qui hébergent encore les vendangeurs, les nourrissent, pour l'application de gestes barrières dans les vignes pendant la récolte, l'UMC s'applique actuellement à la rédaction d'un document.

Les chiffres des expéditions avant le confinement

De février 2019 à 2020, les expéditions de vins de champagne accusent un repli de 2,6 % pour totaliser un nombre inférieur à 300 millions de bouteilles (296 millions précisément), selon le CIVC. Si l'on ne considère que le mois de février 2020, les expéditions se chiffrent à 14,7 millions de bouteilles, soit une baisse de 11,4 % par rapport à février 2019. Sur janvier et février 2020, les expéditions, avec un total de 32,5 millions de bouteilles, sont en diminution de 4,7 %, Le CIVC rappelle que traditionnellement, 40 % des expéditions se réalisent sur les quatre derniers mois de l'année et 50 % sur les trois derniers.

Tous droits réservés à l'éditeur

L'Ardennais

Date : 08/05/2020
Heure : 18:05:53
Journaliste : Jean-Michel François

www.lardennais.fr
Pays : France
Dynamisme : 54

Visualiser l'article

Le monde du champagne très inquiet face à la baisse des ventes

Les ventes de champagne sont au plus bas. L'impact sur les trésoreries sera rude. Les acteurs de la filière commencent à s'organiser pour cette saison et réclament un ajustement des charges.



Certes, la vendange est encore loin et Maxime Toubart, président du Syndicat général des vignerons (SGV), a raison de chercher à calmer le jeu en dénonçant les rumeurs les plus folles qui courent dans le vignoble quant au futur rendement. La décision sera prise le plus tard possible, en fonction des évolutions de la crise, des marchés, des besoins. Reste que les inquiétudes sont réelles et fortes.

À Avize (Côte des Blancs), Véronique Petit est récoltante-manipulante. Les deux marques auxquelles elle participe produisent 35 000 bouteilles par an. « Jusqu'à aujourd'hui, j'étais à peu près à l'équilibre grâce à l'export vers les États-Unis qui a bien marché il y a quelques mois, à l'époque où le président américain menaçait de taxer les produits français, dont le champagne, à 100 %. Les importateurs ont anticipé et acheté en prévision . » Heureusement, Trump s'est ravisé en plein mois de janvier, la Champagne n'a fait, à ce moment-là, que ressentir le souffle du boulet. Depuis, le marché est atone et le restera le temps qu'il le jugera nécessaire.

Le risque de perdre des clients à terme

La principale crainte à court terme de Mme Petit porte sur le volume qu'elle aura le droit de cueillir à la vendange prochaine. « On nous dit que nous sommes en guerre. Or, à toutes les fins de guerre, le commerce repart de l'avant. Mais si nous sommes soumis à une petite appellation cette année et que le marché retrouve

0yK1mcCkBYBYSZyQWbkmgWkqiqSkD0GJ3-Ri8t1uT_QAP72Cl832AU8JLziJ_mrkpWV6VF5Mvlg8gy7k_FIx9OgNzFi

Tous droits réservés à l'éditeur

des couleurs, qu'aurons-nous à vendre dans deux ou trois ans puisque nous aurons peu récolté en 2020 ? » Si tel devait être le cas, Véronique Petit s'interroge sur la bonne marche de l'entreprise. « Si nous n'avons pas assez de champagne à vendre à ce moment-là, nous risquons de perdre des clients qui iront se fournir ailleurs, vraisemblablement auprès du négoce qui sera moins impacté que les producteurs comme nous. »

« Ce qui change aujourd'hui, ce sont les coûts fixes beaucoup plus importants qu'avant, ainsi que le poids des charges sociales »

Mais pourquoi faudrait-il se contenter d'une petite appellation si le vignoble a la capacité de produire une belle récolte , ce qui, selon les premières observations, semble plutôt se profiler ? Essentiellement à cause de la perte des revenus à laquelle le secteur du champagne risque fort de ne pas échapper, sauf miracle improbable.

Exploitant et président de la coopérative Mailly Grand Cru, à Mailly-Champagne (Montagne de Reims), Xavier Muller liste une série de problèmes directs et indirects à mettre sur le compte de la crise du coronavirus. Il évoque d'abord deux certitudes : l'argent sort plus qu'il ne rentre dans les entreprises et, oui, il est évident que l'appellation de 2020 sera forcément inférieure à celle de 2019 !

« Les ventes sont au point mort, ou presque. Le choc est un peu moins rude dans les pays nordiques où il y a moins de confinement et où l'on consomme encore. Mais si nous n'avons pas l'argent en caisse, comment ferons-nous pour payer les vignerons, les traitements, les vendangeurs, le raisin et tout le reste ? » Xavier Muller se souvient d'années difficiles avec des chutes significatives de rendements, « comme en 1981 où nous avions récolté 4 000 kilos par hectare. Mais cela a fini par être absorbé au bout de quelques années. Ce qui change aujourd'hui, ce sont les coûts fixes beaucoup plus importants qu'avant, ainsi que le poids des charges sociales. Tout augmente, je ne vois pas de poste financier à la baisse, d'autant que le monde du champagne investit considérablement en matière de haute valeur environnementale et de viticulture durable, les coûts de production augmentent. »

« Ne surtout pas baisser les prix de vente du champagne »

Bref, il va falloir continuer de fonctionner comme chaque année en dépit de revenus plus ou moins largement amputés. La question centrale étant de savoir comment payer une vendange, a priori normale (rappelons que le prix du raisin à champagne est l'un des plus chers du monde, autour de 7 euros le kilo), avec de l'argent qui ne sera pas rentré ? La solution la plus évidente consiste donc à adapter le rendement aux disponibilités de trésorerie. Et ceci, tout en maîtrisant les cours. « Il ne faudra surtout pas baisser les prix de vente du champagne, ni celui du raisin, sinon, nous courrons à la catastrophe ! », prévient Xavier Muller. Non seulement, 2020 s'annonce délicate, mais l'année suivante risque de peser tout autant, à cause du décalage des charges et des impôts. Un ajustement aux conditions économiques réelles de 2020 apparaît comme une évidence aux acteurs de la filière qui vont, de toute évidence, devoir adapter leur plan de progression. Il est en effet probable que beaucoup d'entre eux reportent à une date ultérieure leurs dépenses d'équipements, notamment en machinisme viticole.

Un guide en préparation pour la prochaine vendange

Plusieurs questions concernent l'organisation des vendanges. En premier lieu, celle de la main-d'œuvre étrangère que l'on sait habituellement abondante. Aura-t-elle la possibilité de venir ? « Nous souhaitons que l'État autorise sa venue dans des conditions bien sûr très précises et très rigoureuses. Ces dernières semaines, certains pays ont pu y recourir, comme l'Allemagne pour la récolte des asperges », indique

0yK1mcCkBYBYSZyQWbkmgWkqiqSkD0GJ3-Ri8t1uT_QAP72Cl832AU8JLziJ_mrkpWV6VF5Mvlg8gy7k_FIx9OgNzFi

Tous droits réservés à l'éditeur

l'Union des Maisons de champagne. Pour ceux qui hébergent encore les vendangeurs, les nourrissent, pour l'application de gestes barrières dans les vignes pendant la récolte, l'UMC s'applique actuellement à la rédaction d'un document.

«On continue de vendre du champagne»

Qui vend encore du champagne aujourd'hui, vin synonyme de partage et de fête, dans ce contexte de pandémie mondiale ? La fin du confinement qui se propage un peu partout va-t-elle permettre de redonner des couleurs à ce fleuron de l'économie régionale et nationale ? Personne ne se risque à des pronostics, dans un sens comme dans l'autre. Au CIVC, on indique que les chiffres officiels de ventes du mois de mars ne seront connus qu'à la mi-mai, alors qu'on s'attend à une chute vertigineuse, mais à coup sûr moins pire que pour avril qui restera le mois plus impacté de l'année . Du moins pour l'instant. Ici et là dans le vignoble, on entend quelques résultats partiels qui font froid dans le dos, des pourcentages de vente à un seul chiffre, quelle que soit la taille de la maison.

Ce qui est certain, c'est que l'e-commerce fonctionne, la grande distribution aussi – même si le champagne n'est pas considéré comme un produit de première nécessité –, ainsi que les cavistes dont l'activité est elle aussi impactée par la crise. « J'ai la chance de compter sur une belle clientèle rémoise et je continue de vendre du champagne régulièrement », observe néanmoins Gilles Papavero, de l'enseigne « Le Vintage » à Reims. Certes, son deuxième commerce de bar à vin est fermé et il a réduit ses horaires d'ouverture en attendant de retrouver un rythme normal à partir du 11 mai. « Le manque à gagner vient de la clientèle touristique étrangère. Moi qui suis derrière la cathédrale, je ne la vois plus passer, bien sûr. »

Même avis chez Julien Ruault, cogérant de la cave Nicolas, en plein centre de Reims, qui relativise sa situation. « Nous ne sommes pas les plus à plaindre dans le commerce puisque nous faisons partie de la chaîne alimentaire. Nous n'avons fermé que la première semaine du confinement. Depuis le week-end dernier, on commence à sentir un petit vent de reprise. Heureusement que nous sommes à Reims où l'on boit du champagne en toutes circonstances ! » Il reconnaît en vendre logiquement moins qu'avant mais, tout comme son collègue du Vintage, Julien Ruault fait état d'une évolution quant à la nature des achats, avec une demande plus soutenue qu'avant en direction d'autres vins, comme le rosé.

Maxime Toubart: «Nous nous devons d'être tous unis»

L'unité a le vent en poupe. « Il faut tout mettre sur la table pour qu'on puisse prendre les meilleures décisions, sans précipitation, sans être dans la peur », acte Maxime Toubart, président du Syndicat général des vignerons. Pour lui, les vignerons et le négoce doivent être plus que jamais « et profondément » unis pour affronter la crise. Xavier Muller confirme : « Je crois très fort en l'organisation collective, avec le CIVC, le SGV et les coopératives. À plusieurs, nous sommes plus forts et les solutions plus nombreuses. »

Maxime Toubart ne cache pas que la situation « va être très dure ». « Ce que nous demandons en priorité, c'est de mieux pouvoir appréhender les charges et les impôts, nous sommes en discussion sur cette question autour de ce principe simple : puisqu'il y aura moins de produits, il faut moins de charges. »

Pour la suite des événements, le président du SGV pense à la période de redémarrage de la consommation. Là aussi, il prône l'unité. « Nous aurons à réfléchir sur une communication collective, à investir collectivement sur une démarche promotionnelle du champagne. »

0yK1mcCkBYBYSZyQWbkmgWkqiqSkD0GJ3-Ri8t1uT_QAP72Cl832AU8JLziJ_mrkpWV6VF5Mvlg8gy7k_FIx9OgNzFi

Tous droits réservés à l'éditeur

L'union

Date : 08/05/2020
Heure : 17:19:56
Journaliste : Jean-Michel François

www.lunion.fr
Pays : France
Dynamisme : 79

Visualiser l'article

Le monde du champagne très inquiet face à la baisse des ventes

Les ventes de champagne sont au plus bas. L'impact sur les trésoreries sera rude. Les acteurs de la filière commencent à s'organiser pour cette saison et réclament un ajustement des charges.



Certes, la vendange est encore loin et Maxime Toubart, président du Syndicat général des vignerons (SGV), a raison de chercher à calmer le jeu en dénonçant les rumeurs les plus folles qui courent dans le vignoble quant au futur rendement. **La décision sera prise le plus tard possible, en fonction des évolutions de la crise, des marchés, des besoins.** Reste que les inquiétudes sont réelles et fortes.

À Avize (Côte des Blancs), Véronique Petit est récoltante-manipulante. Les deux marques auxquelles elle participe produisent 35 000 bouteilles par an. « *Jusqu'à aujourd'hui, j'étais à peu près à l'équilibre grâce à l'export vers les États-Unis qui a bien marché il y a quelques mois, à l'époque où le président américain menaçait de taxer les produits français, dont le champagne, à 100 %. Les importateurs ont anticipé et acheté en prévision* . » Heureusement, Trump s'est ravisé en plein mois de janvier, la Champagne n'a fait, à ce moment-là, que ressentir le souffle du boulet. Depuis, le marché est atone et le restera le temps qu'il le jugera nécessaire.

Le risque de perdre des clients à terme

La principale crainte à court terme de Mme Petit porte sur le volume qu'elle aura le droit de cueillir à la vendange prochaine. « *On nous dit que nous sommes en guerre. Or, à toutes les fins de guerre, le commerce repart de l'avant. Mais si nous sommes soumis à une petite appellation cette année et que le marché retrouve*

Tous droits réservés à l'éditeur

des couleurs, qu'aurons-nous à vendre dans deux ou trois ans puisque nous aurons peu récolté en 2020 ? » Si tel devait être le cas, Véronique Petit s'interroge sur la bonne marche de l'entreprise. « *Si nous n'avons pas assez de champagne à vendre à ce moment-là, nous risquons de perdre des clients qui iront se fournir ailleurs, vraisemblablement auprès du négoce qui sera moins impacté que les producteurs comme nous.* »

« Ce qui change aujourd'hui, ce sont les coûts fixes beaucoup plus importants qu'avant, ainsi que le poids des charges sociales »

Mais **pourquoi faudrait-il se contenter d'une petite appellation si le vignoble a la capacité de produire une belle récolte** , ce qui, selon les premières observations, semble plutôt se profiler ? Essentiellement à cause de la perte des revenus à laquelle le secteur du champagne risque fort de ne pas échapper, sauf miracle improbable.

Exploitant et président de la coopérative Mailly Grand Cru, à Mailly-Champagne (Montagne de Reims), Xavier Muller liste une série de problèmes directs et indirects à mettre sur le compte de la crise du coronavirus. Il évoque d'abord deux certitudes : **l'argent sort plus qu'il ne rentre dans les entreprises et, oui, il est évident que l'appellation de 2020 sera forcément inférieure à celle de 2019 !**

« *Les ventes sont au point mort, ou presque. Le choc est un peu moins rude dans les pays nordiques où il y a moins de confinement et où l'on consomme encore. Mais si nous n'avons pas l'argent en caisse, comment ferons-nous pour payer les vignerons, les traitements, les vendangeurs, le raisin et tout le reste ?* » Xavier Muller se souvient d'années difficiles avec des chutes significatives de rendements, « *comme en 1981 où nous avions récolté 4 000 kilos par hectare. Mais cela a fini par être absorbé au bout de quelques années. Ce qui change aujourd'hui, ce sont les coûts fixes beaucoup plus importants qu'avant, ainsi que le poids des charges sociales. Tout augmente, je ne vois pas de poste financier à la baisse, d'autant que le monde du champagne investit considérablement en matière de haute valeur environnementale et de viticulture durable, les coûts de production augmentent.* »

« Ne surtout pas baisser les prix de vente du champagne »
Bref, il va falloir continuer de fonctionner comme chaque année en dépit de revenus plus ou moins largement amputés. La question centrale étant de savoir comment payer une vendange, a priori normale (rappelons que le prix du raisin à champagne est l'un des plus chers du monde, autour de 7 euros le kilo), avec de l'argent qui ne sera pas rentré ? **La solution la plus évidente consiste donc à adapter le rendement aux disponibilités de trésorerie. Et ceci, tout en maîtrisant les cours.** « *Il ne faudra surtout pas baisser les prix de vente du champagne, ni celui du raisin, sinon, nous courrons à la catastrophe !* », prévient Xavier Muller. Non seulement, 2020 s'annonce délicate, mais l'année suivante risque de peser tout autant, à cause du décalage des charges et des impôts. Un ajustement aux conditions économiques réelles de 2020 apparaît comme une évidence aux acteurs de la filière qui vont, de toute évidence, devoir adapter leur plan de progression. Il est en effet probable que beaucoup d'entre eux reportent à une date ultérieure leurs dépenses d'équipements, notamment en machinisme viticole.

Un guide en préparation pour la prochaine vendange
Plusieurs questions concernent l'organisation des vendanges. En premier lieu, celle de la main-d'œuvre étrangère que l'on sait habituellement abondante. Aura-t-elle la possibilité de venir ? « Nous souhaitons que l'État autorise sa venue dans des conditions bien sûr très précises et très rigoureuses. Ces dernières

Tous droits réservés à l'éditeur

semaines, certains pays ont pu y recourir, comme l'Allemagne pour la récolte des asperges », indique l'Union des Maisons de champagne. Pour ceux qui hébergent encore les vendangeurs, les nourrissent, pour l'application de gestes barrières dans les vignes pendant la récolte, l'UMC s'applique actuellement à la rédaction d'un document.

«On continue de vendre du champagne»



Qui vend encore du champagne aujourd'hui, vin synonyme de partage et de fête, dans ce contexte de pandémie mondiale ? La fin du confinement qui se propage un peu partout va-t-elle permettre de redonner des couleurs à ce fleuron de l'économie régionale et nationale ? Personne ne se risque à des pronostics, dans un sens comme dans l'autre. Au CIVC, on indique que les chiffres officiels de ventes du mois de mars ne seront connus qu'à la mi-mai, alors **qu'on s'attend à une chute vertigineuse, mais à coup sûr moins pire que pour avril qui restera le mois plus impacté de l'année** . Du moins pour l'instant. Ici et là dans le vignoble, on entend quelques résultats partiels qui font froid dans le dos, des pourcentages de vente à un seul chiffre, quelle que soit la taille de la maison.

Ce qui est certain, c'est que **l'e-commerce fonctionne, la grande distribution aussi** – même si le champagne n'est pas considéré comme un produit de première nécessité –, **ainsi que les cavistes dont l'activité est elle aussi impactée par la crise.** « *J'ai la chance de compter sur une belle clientèle rémoise et je continue de vendre du champagne régulièrement* », observe néanmoins Gilles Papavero, de l'enseigne « Le Vintage » à Reims. Certes, son deuxième commerce de bar à vin est fermé et **il a réduit ses horaires d'ouverture en attendant de retrouver un rythme normal à partir du 11 mai.** « *Le manque à gagner vient de la clientèle touristique étrangère. Moi qui suis derrière la cathédrale, je ne la vois plus passer, bien sûr.* »

Tous droits réservés à l'éditeur

Même avis chez Julien Ruault, cogérant de la cave Nicolas, en plein centre de Reims, qui relativise sa situation. « *Nous ne sommes pas les plus à plaindre dans le commerce puisque nous faisons partie de la chaîne alimentaire. Nous n'avons fermé que la première semaine du confinement. Depuis le week-end dernier, on commence à sentir un petit vent de reprise. Heureusement que nous sommes à Reims où l'on boit du champagne en toutes circonstances !* » Il reconnaît en vendre logiquement moins qu'avant mais, tout comme son collègue du Vintage, Julien Ruault fait état d'une évolution quant à la nature des achats, avec **une demande plus soutenue qu'avant en direction d'autres vins, comme le rosé.**

Maxime Toubart: «Nous nous devons d'être tous unis»



L'unité a le vent en poupe. « *Il faut tout mettre sur la table pour qu'on puisse prendre les meilleures décisions, sans précipitation, sans être dans la peur* », acte Maxime Toubart, président du Syndicat général des vignerons. Pour lui, les vignerons et le négoce doivent être plus que jamais « *et profondément* » unis pour affronter la crise. Xavier Muller confirme : « *Je crois très fort en l'organisation collective, avec le CIVC, le SGV et les coopératives. À plusieurs, nous sommes plus forts et les solutions plus nombreuses.* »

Maxime Toubart ne cache pas que la situation « *va être très dure* ». « *Ce que nous demandons en priorité, c'est de mieux pouvoir appréhender les charges et les impôts, nous sommes en discussion sur cette question autour de ce principe simple : puisqu'il y aura moins de produits, il faut moins de charges.* »

Pour la suite des événements, le président du SGV pense à la période de redémarrage de la consommation. Là aussi, il prône l'unité. « *Nous aurons à réfléchir sur une communication collective, à investir collectivement sur une démarche promotionnelle du champagne.* »

Tous droits réservés à l'éditeur

LE Vigneron DES COTES DU RHONE ET DU SUD-EST
Pays : FR
Périodicité : Mensuel



Date : Mai 2020
Page de l'article : p.7

E-COMMERCE



+ 179 %. Telle a été la progression de la vente de vin sur Internet durant la première semaine d'avril 2020 par rapport à 2019. Qu'ils soient des "pure-players" comme Le Petit Ballon, Millesima, Les Grappes... ou des cavistes traditionnels comme Le Repaire de Bacchus, Nicolas... tous les sites affichent des progressions à deux, voire trois chiffres.
Les commandes sont généralement panachées entre les rouges, rosés et blancs, les vins moyens et hauts de gamme.
À noter que ces sites ont réussi le pari de maintenir une logistique de qualité pour livrer leurs clients.

Tous droits réservés à l'éditeur

1er Mai 2020 : on achète de l'alcool mais pas de muguet.



Mais qui peut y comprendre quelque chose ?

Les fleuristes ont-ils le droit de vendre oui ou non du muguet en ce premier mai ?

Essayez d'en savoir plus sur google vous n'y comprendrez rien.

Je n'ai rien compris en tout cas. Au même moment par exemple, il y a 20 heures, les sites internet des grandes radios donnent des informations contraires et ce n'est pas par incompétence. Cela résulte simplement de l'incohérence de l'action gouvernementale. Lamentable, triste, sans espoir….

Et puis finalement cette info.

1er mai : les fleuristes n'ont finalement pas le droit de vendre du muguet devant leurs boutiques
Dans l'après-midi de jeudi, la fédération des fleuristes avait annoncé avoir obtenu l'autorisation d'en vendre, avant un démenti du gouvernement.

Qui peut m'expliquer cette incohérence et cette interdiction prononcée à l'égard d'une profession lourdement sinistrée à partir du moment où elle respecte les gestes barrière.
Aujourd'hui 1er mai, enivrons nous avec de l'alcool. La boutique « Nicolas » au 260 boulevard Jean-Jaurès à Boulogne-Billancourt dans les Hauts de Seine reste ouverte.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Il est indispensable de pouvoir acheter de l'alcool aujourd'hui 1er mai ?
Mais il n'est pas permis de s'enivrer plus simplement avec l'odeur de brins de muguet destinés selon la tradition un soupçon désuète mais tellement délicieuse à porter bonheur.
Saluons l'initiative à quelques mètres de là, de la boutique « Byzance », spécialisée notamment dans le jambon Pata Negra, qui a vendu pendant quelques jours et jusqu'à hier la récolte d'un producteur de muguet.

Buvons un coup mes chers amis-es.

Tous droits réservés à l'éditeur

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

JUIN 2020



Omnicom
Public
Relations
Group


VAL DE LOIRE
VINS DU MONDE
ESPACE CADEAUX
NICOLAS
4 bouteilles = 22€

PRODUITS

HORS-SERIE Femme Actuelle
Pays : France
Périodicité : Parution Irrégulière





Date : Juin 2020
Page de l'article : p.74-75
Journaliste : ÉLISABETH DE MEURVILLE

EN CAVE

Nos vins de cœur

PAR ÉLISABETH DE MEURVILLE

1. *Un blanc super nature*

Tradition ancestrale et méthodes actuelles donnent une « blanquette de Limoux » revisitée, sans sucre et sans sulfite, tout en fraîcheur et en légèreté. Le mauzac, vieux cépage local, charme avec ses arômes de fruits blancs et jaunes, ses bulles fines et une bouche citronnée. De quoi passer avec plaisir de l'apéritif au repas sur fond de tapas, gambas au lait de coco, légumes et poissons grillés.
Pet'Nat brut nature Ancestrale, J.L. Denois, *10 €, départ et cavistes.*

Des bulles *vives et fraîches pour l'apéro*

Servir à 8 °C.



1



2

2. *Un rosé, tout en délicatesse*

Apéritif d'été idéal, un crémant rosé brut, fin et complexe, à la jolie robe saumonée et aux arômes de pêche blanche et de groseille. Ses bulles fines et crémeuses, sa bouche acidulée et fraîche en font le vin parfait sur des crevettes aux épices douces, du chorizo grillé, une tarte à l'oignon, un chèvre frais aux herbes et des fraises à la crème.
Crémant d'Alsace brut rosé, Le Millésimé 2016, Wolfberger, *9,50 €, en GMS.*



3

3. *Fleuri et minéral*

Idéal sur les fruits de mer, un sylvaner issu de vieilles vignes poussées sur un terroir riche qui lui donne une jolie complexité. Un vin frais et tendu, aux nez de fleurs et de fruits blancs, à la bouche ample et longue dont la vivacité ouvre l'appétit. Avec les saveurs marines : moules marinières, huîtres chaudes aux poireaux, sardines grillées, spaghettis à la poutargue, salade de lieu noir au curry, crudités et anchoïade.
Sylvaner Classic 2018, Bestheim, *5,75 €, en grande distribution et sur le site du domaine.*

Des blancs *d'une belle finesse, à boire sous la tonnelle*

Servir à 8 °C.



4

4. *Aussi vif que rond*

Pour la cuisine « tendance ». C'est le tressallier, cépage local rare, marié au chardonnay, qui donne à ce vin sa personnalité vive et ronde, fruitée et intense. Un blanc aux arômes d'aubépine, pêche blanche et agrumes, à servir à l'apéritif et sur tout un repas avec avocado toasts, tartare de dorade au gingembre, vitello tonnato et fromages frais.
Saint-Pourçain blanc 2018, Cuvée Jean-Marc Josselin, *Cave de Saint-Pourçain, 5 €, en grande distribution.*

iSTOCK/GETTY IMAGES

Tous droits réservés à l'éditeur

HORS-SERIE Femme Actuelle
Pays : France
Périodicité : Parution Irrégulière

Date : Juin 2020
Page de l'article : p.74-75
Journaliste : ÉLISABETH DE MEURVILLE

de l'été

5. *Nature et gourmand*

Six cépages associés dans un vin de pays d'Oc très réussi, sans soufre ajouté, le plus naturellement possible. D'où une puissance du fruit dans une bouche ronde et gourmande, aux notes épicées et à la finale fraîche. Comme on aime sur des viandes rouges grillées à la plancha, des brochettes d'agneau ou un tartare de bœuf.
IGP Pays d'Oc 2019, Plus on aime moins on soufre, Domaine Saint Martin des Champs, *9,50 €, cavistes et sur le site du domaine.*



Des rouges *à boire frais, fruités et non boisés*

Servir à 12 °C.

6. *Séduisante originalité*

Un vin à la belle personnalité, dans une jeune appellation de Bourgogne atypique puisqu'elle fait appel à plusieurs cépages dont, ici, le gamay, vinifié à la bourguignonne avec longue cuvaison. Une robe profonde, un nez de petits fruits noirs et d'épices et une bouche intense, ronde et fraîche. A proposer à des amateurs sur un carpaccio, une volaille rôtie, un magret de canard aux girolles ou un colombo de cochon.
Coteaux Bourguignons 2018, Duc de Belmont, Jean Loron, *7,90 €, chez Nicolas.*





7. *Un verre pour la planète*

Chaque bouteille vendue contribue au nettoyage des plages en soutenant l'action de Plastic Oceans International. Le vin est un classique rosé de Provence tiré du cinsault et du grenache, avec des arômes de pêche blanche et d'agrumes et une bouche fraîche. Idéal sur une salade niçoise, une pissaladière ou encore une tomate-mozzarella.
Côtes de Provence 2019, Le Rosé Bleu, Cave des Vignerons de Saint-Tropez, *9,50 €, départ, cavistes et sur le site de la cave.*

8. *Du soleil et de la fraîcheur*

Jolie bouteille pour un rosé séduisant associant le soleil et les cépages expressifs de sa région – grenache, syrah et viognier – à une vinification bien maîtrisée pour préserver fraîcheur et arômes. D'où une robe rose poudrée, un nez de fruits rouges acidulés et d'agrumes et une bouche ample et vive. Parfait pour un repas provençal avec olives, pizza, tian de légumes, petits farcis, langoustines, tendrons de veau à la plancha et ratatouille.
Languedoc 2019, Ô de Rosé, Maison Lorgeril, *8,50 €, chez Monoprix.*

Des rosés *charmeurs pour le plaisir*

Servir entre 8 et 10 °C.

Carnet d'adresses p. 110

LES PRIX SONT DONNÉS À TITRE INDICATIF

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération.

Tous droits réservés à l'éditeur



AVEC MODÉRATION

Les côtes-de-gascogne

Afin de conserver cette palette aromatique qui fait la réussite de ses vins tout en se projetant dans un avenir durable, le syndicat des côtes-de-gascogne investit sur le long terme, avec pour objectif d'inciter la quasi-totalité des opérateurs à accéder à la certification agro-environnementale et développer la part du bio dans le vignoble.

PAR CÉLIA CAMUS



L'IGP côtes-de-gascogne est appréciée pour son identité atypique au travers de vins aux profils aromatiques marqués par la fraîcheur et le fruit. Le vignoble est occupé par des cépages autochtones, dont le tannat pour le vin rouge, le colombard et le gros manseng pour le blanc. Afin de garder cette identité, les côtes-de-gascogne s'investissent financièrement dans des projets de développement agro-environnementaux, en partenariat avec l'Inra et l'IFV. Ils souhaitent inciter la quasi-totalité des opérateurs à obtenir la certification HVE 3 (Haute Valeur environnementale de niveau 3) et de s'orienter vers une agriculture biologique, tout en conservant la même qualité organoleptique.

Vers une filière bio

Malgré une augmentation des surfaces certifiées, la conversion du vignoble au bio est com-



Surface bio engagée : 1 100 hectares (6 %) (+30 % en un an)

Production 2019 de l'IGP : 808 809 hectolitres (+ 2,1 % sur un an)

Surfaces certifiées Haute valeur environnementale : 25 % du vignoble en 2019, en forte progression en un an

Investissement : 281 000 € en recherche agro-écologique

Couleurs : blanc (85 %), rosé (8 %), rouge (7 %)

Principaux pays à l'export : Allemagne (27 %), Pays-Bas (25,5 %), Royaume-Uni (15,5 %), Canada (6 %), Belgique (5,7 %).

On a aimé

DOMAINE DE MIRAIL
Les Mirlandes 2017
8,50 € – Cavistes, vente directe

Issu d'une agriculture biologique, et composé de merlot et de cabernet sauvignon, ce vin présente une robe rouge profond, avec un nez élégant, frais et fruité. La bouche est équilibrée, fraîche, minérale et fruitée. Ce vin rouge est à déguster avec de la viande et du fromage et il doit être servi entre 14 et 16 °C.

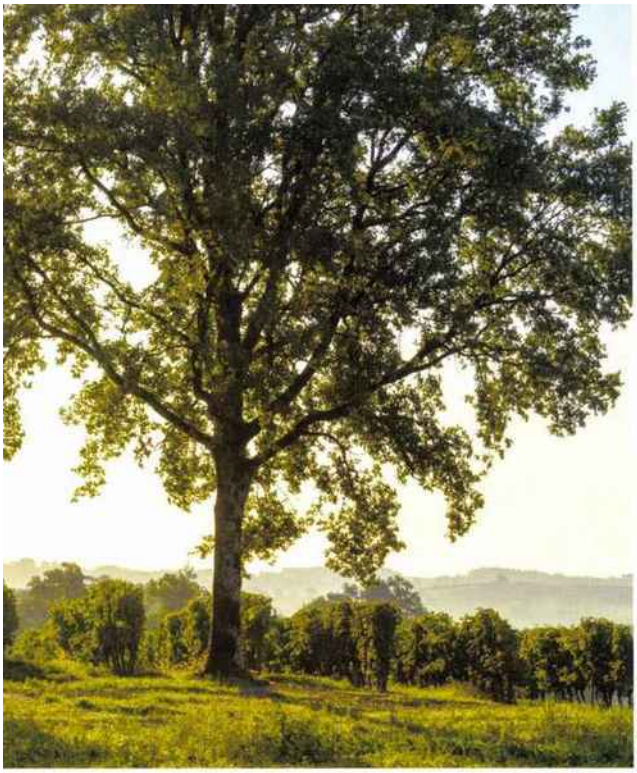
DOMAINE UBY
Uby Byo
6,80 € – Cavistes, magasins bio

D'un mélange d'ugni-blanc, de sauvignon et d'un assemblage de colombard, ce vin blanc, issu de l'agriculture biologique, révèle des notes de pêche blanche avec une pointe de pamplemousse. La bouche ronde et fraîche se termine par une belle vivacité. Servi frais, à 10 °C, il accompagne l'apéritif, les sushis, les fruits de mer, le poisson et les viandes blanches.

DOMAINE DE JOŸ
Naturellement Joÿ
7,50 € – Cavistes, vente directe

« Naturellement Joÿ » offre une belle robe dorée. Un nez très floral sur des senteurs de pêche blanche. Une belle longueur en bouche qui amène sur des notes d'ananas et de pamplemousse. Cette cuvée sec accompagnera plateaux de fruits de mer, plats de poissons grillés ou tout simplement en apéritif !

Tous droits réservés à l'éditeur



© Michel Caronio

pliquée. Sous l'influence climatique de la façade atlantique, le vignoble des côtes-de-gascogne connaît une forte pression du mildiou, dont le traitement au cuivre fait obstacle à l'agriculture biologique. Il empêche de développer l'expression aromatique des thiols (colombard et gros manseng), par leurs notes d'agrumes et de fruits exotiques. Afin de faire face à ce problème, les côtes-de-gascogne investissent 126 000 €, afin d'effectuer des recherches sur le sujet. De 2019 à 2022, une thèse permettra d'étudier l'influence de la viticulture biologique et également d'apporter des solutions face au cuivre qui diminue le potentiel aromatique du vin.

De nouveaux cépages résistants

En partenariat avec l'Inra et l'IFV, la filière côtes-de-gascogne finance à hauteur de 155 000 € un programme de recherche sur le long terme. L'objectif est de développer des cépages résistants aux problématiques spécifiques de leurs terroirs et à leurs profils de vins. La filière côtes-de-gascogne a fédéré sept autres appellations voisines autour du projet, afin d'investir 500 000 € sur 15 ans, aux côtés de l'UARVG (Union des associations de restructuration du vignoble gersois) et d'ODG (Organismes de défense et de gestion). Ils souhaitent le croisement des cépages emblématiques du vignoble avec des cépages résistants d'ici à 2023. Les côtes-de-gascogne obtiendraient ainsi une descendance mêlant la qualité organoleptique des cépages autochtones et des atouts des cépages résistants actuels. •

Autres vins de saison



SAINT-AMOUR

Château de la Greffière
Cuvée Saint-Amour
11 € – Vente directe

• Le plus septentrional des crus du beaujolais dévoile une robe rouge cerise aux reflets violets. Le nez, charmeur et intense, offre des arômes de fruits rouges, de kirsch et d'épices douces. En bouche, ce vin fin et équilibré conserve tout le cépage gamay. Il s'accorde parfaitement avec un filet mignon de porc, une volaille ou un plateau de charcuterie. •



IPG VAL-DE-LOIRE

Alias
Pinot noir
10 € – Franprix, vente directe

• Un vin sans intrants, vinifié sans soufre, qui livre toute la quintessence du pinot noir. On découvre une cuvée qui sent bon le printemps avec de la gourmandise, de la vivacité, du fruit. Les fruits rouges se mêlent aux épices et esquissent un vin de plaisir. Il s'accorde parfaitement à la cuisine estivale, comme les viandes et les légumes grillés. •



BROUILLY

Château de la Terrière
Brouilly 2018
12 € – Nicolas, vente directe

• Ce vin s'ouvre sur un nez très aromatique avec des notes de fruits printaniers tels que la cerise et la framboise. Il présente une bouche ronde, fine et délicate. Un vin juteux avec une belle finale sur des notes minérales. Il s'accorde à merveille avec du thon grillé accompagné d'une sauce aux câpres dont le côté salin sublime la finale minérale de ce brouilly. •

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération.

Tous droits réservés à l'éditeur

SÉLECTION ROSÉS



AOP MÂCON
Château de la Greffière
Mâcon rosé
Ce vin, à la robe brillante et riche en couleur rosée, égayera les soirées entre amis. Le nez est envahi par un arôme de fleurs blanches et on retrouve en bouche un rosé structuré, léger, souple et rond. Il se marie parfaitement avec de la pizza, de la charcuterie, de la viande de porc et des crudités.
Vente directe – 7,20 €



AOP CÔTES-DE-PROVENCE
Château des Bertrands
2019 rosé
Une robe rose clair, presque pâle, se présente avec une palette aromatique riche de fruits à chair blanche, comme la pêche et la poire qui dévoilent des notes exotiques. À la dégustation, le vin se révèle doux et soyeux avec une belle élégance, en s'ouvrant ensuite sur une légère sapidité.
Cavistes, vente directe
13,50 €



AOP CÔTES-DE-PROVENCE
Château Saint-Roux
rosé 2019
Certifié 100 % bio, ce vin découle d'une complexité et d'une structure rare en AOC côtes-de-provence. À sa belle couleur roche pêche, le rosé dégage une senteur de fruits mûrs tels que la pêche de vigne et les fruits exotiques. Un bel équilibre entre fraîcheur et volume se fait sentir en bouche.
Cavistes, vente directe
15 €



AOC CABERNET-D'ANJOU
Château du Fresne
Fresnétik
Dans ce rosé, on retrouve des notes aromatiques de fraises, de grenades et de bonbons aux fruits, pour une explosion de saveurs. Cette robe écarlate surprend par la suite avec un léger pétillant en fin de bouche qui apporte une belle fraîcheur.
Cavistes, vente directe
8 €



AOC ROSÉ-DE-LOIRE
Domaine des Fontaines
La Robe d'Iris
Le design original et unique de la bouteille révèle tout l'éclat de la robe rose saumon de ce rosé. En bouche, les notes de fruits rouges et les arômes d'agrumes font de ce rosé un vin frais et rafraîchissant. À déguster en accompagnement avec de crudités, de quiches, de grillades ou de viande blanche.
Cavistes, vente directe
5 €



AOC CABERNET-D'ANJOU
Cave de la Loire
Jardin de Goganes
Ce vin gourmand, à la robe lumineuse cristalline, a la particularité d'être moins sucré qu'un cabernet-d'anjou classique, tout en gardant la même typicité et fraîcheur. La bouche est remplie de notes de petits fruits rouges, de rose et de bonbon anglais, avec une finale rafraîchissante de menthe et de poivre blanc.
Carrefour – entre 4,50 et 5 €



AOC BORDEAUX
Mouton Cadet
Les Parcelles 2019
D'une couleur rosée aux légers reflets orangés brillant, ce vin offre au nez des arômes très frais de framboise, de fraise des bois et une pointe anisée. Dès les premières gorgées de ce vin, l'attaque est fraîche et délicate avec la présence de la groseille. Par la suite, des notes de framboise et une pointe d'aubépine apparaissent.
Cavistes, vente directe
14,90 €



AOP CÔTES-DE-PROVENCE
Château de Berne
Terres de Berne
Ce vin frais et très expressif, reflétant la Provence, se distingue par un robe pêche pâle très brillante. Il dégage une odeur très fruitée sur des arômes variés de fruits à noyau et agrumes. Une attaque fraîche et des arômes de mangue et de pêche envahissent la bouche. Il se marie bien avec l'apéritif et les entrées provençales.
Cavistes, vente directe
16,50€



AOP CÔTES-DE-PROVENCE
Ultimate Provence
Rosé 2019
Ce vin, que l'on partage le jour comme la nuit, présente une robe d'un rose pâle vibrant aux reflets cuivrés. Avec ses arômes intenses, il révèle tour à tour des notes de citron mûr et fruits exotiques mêlées à des notes florales. Le vin apporte une fraîcheur accompagnée par des notes épicées de poivre blanc.
Cavistes, vente directe
16,50€



AOC VENTOUX
Domaine de Piéblanc
rosé de Piéblanc 2019
Sous une belle robe rose pâle, le vin dégage des arômes de fraise, de pêche de vigne et de la gelée de groseille. On retrouve un bel équilibre en bouche avec de la fraîcheur et une finale saline. À déguster lors d'apéritif, autour d'une cuisine exotique ou méditerranéenne ou encore d'un dessert telle qu'une tarte aux fraises.
Vente directe – 10 €

Tous droits réservés à l'éditeur



AOP SAINT-CHINIAN
Château Saint-Martin des Champs
Cuvée Camille
À la robe peu colorée, ce vin dispense néanmoins beaucoup d'arômes de fruits rouges frais et de jasmin. En bouche, il brille par son élégance, sa fraîcheur, son bon équilibre et le croquant du fruit. La longue finale laisse le souvenir des fruits rouges acidulés, des fleurs et des épices.
Vente directe – 10 €



AOP CÔTES-DE-PROVENCE
Château Cavalier
Cuvée Marafiance
Ce vin se distingue par sa robe rose pâle et framboise avec des reflets bleutés. Son nez est complexe, avec notes d'agrumes et de fruits rouge, suivi d'arômes floraux et d'épices, le tout dans une grande finesse. À la dégustation, les agrumes et fruits rouges sont également présents en bouche, ainsi que des arômes floraux.
Cavistes – 12 €



AOP CÔTES-DE-PROVENCE
Château Sainte Roseline
Lampe de Méduse
D'une robe pâle légèrement saumonée, le nez est complexe et intense. Il révèle des notes fines de pêches et de mangue. La vivacité et la persistance des notes aromatiques en fin de bouche, en font un vin très croquant. Une finale mentholée sublime sa fraîcheur. À servir entre 12 et 14 °C.
Cavistes – 16,90 €



IGP ALPILLES
Château Romanin
Romanin Rosé 2019
La robe est rose saumonée d'une belle brillance. Le nez discret s'oriente d'abord sur la fraise et la groseille, puis révèle des notes de melon, d'abricot et de pêche, avant de dévoiler des notes de melon, d'abricot et de pêche. Quant à la bouche, le pamplemousse et la groseille se marient avec les senteurs de fruits d'été.
Cavistes – 13 €



AOP CÔTES-DE-PROVENCE
Marquis de Terme
rosé 2016
D'une robe très pâle et brillante, ce vin offre un nez intense qui débute par des arômes de poire et de framboises fraîches. Par la suite, des évocations de litchi et de pêche au sirop apparaissent. En bouche, se dévoile une belle harmonie entre fraîcheur acidulée et rondeur savoureuse.
Vente directe – 12 €



AOP COTEAUX-VAROIS-EN-PROVENCE
Château Margüi
rosé 2019
La mise en bouche est fraîche et délicate. Au nez complexe, aux agrumes et à la fraise des bois, le vin s'ouvre sur des notes subtiles de zestes d'agrumes et dévoile une palette de la fraise aux fruits blancs d'été. Les amers nobles se fondent aux arômes de noisettes et de fruits secs.
Cavistes, vente directe – 16 €



VAL-DE-LOIRE AOC TOURAINE
Saget la Perrière
La Java des Grandes Espérances
Idéale pour accompagner les moments festifs, ce vin est souple et fruité. D'une couleur rose saumon intense, il dégage une odeur agréable de fruits frais (framboise, groseille). Tout en élégance, il est très fruité en bouche, avec une finale très dynamique.
Vente directe – 7 €



AOP CÔTES-DE-PROVENCE LA LONDE
Figuière
Confidentielle 2019
Certifié bio depuis 1979, à la robe délicatement saumonée, son nez est délicat mais complexe d'une impressionnante minéralité avec des notes de fruits jaune comme l'abricot. Lors de la dégustation, la bouche est dynamique et ample, suave et charnue.
Cavistes, vente directe 25,80 €



AOP LANGUEDOC
Château Paul Mas
Lieu-dit Nicole
D'une belle robe rose pâle, le nez est élégant et intense, sur des notes florales et fruitées, telle la pêche blanche et la groseille. Une touche d'eucalyptus apporte un caractère printanier et frais. En bouche, le vin est souple et équilibré, sur une trame fruitée, comme la cerise. Elle est soutenue par une pointe épicée et mentholée.
Cavistes – 12,10 €



GAMAY ROSÉ
Laurent Freuchet
Passionnément
À la belle couleur rosée, ce vin dégage des arômes fruités et légers. La bouche est fraîche, accompagnée de notes de fruits frais. À déguster à l'apéritif, avec de la charcuterie, de la salade, des plats d'été, de la viande rouge et blanche.
Cavistes, vente directe 5,50 €

Tous droits réservés à l'éditeur



AOC CORBIÈRES-BOUTENAC
Château Ollieux Romanis
Alba rosé
Ce vin offre une jolie couleur rose pâle et brillante. Il dévoile au nez des arômes de fruits rouges ainsi que des parfums floraux et minéraux. À la dégustation, ce vin évoque des arômes de fruits rouges caractéristiques des grenaches.
Cavistes, vente directe
15 €



IPG VAL DE LOIRE
Ampelidae
Marigny Neuf
Délicieusement fruité, ce rosé bio est fin et élégant. Avec fraîcheur et pureté, il séduit par sa vitalité intrinsèque, rafraîchissante et stimulante. Cette gamme a été pensée pour les Cavistes et les restaurateurs. À déguster avec des tapas, l'apéritif entre amis et avec des grillades.
Cavistes – 7,96 €



CHINON
Château de La Grille
Rosé 2019
Vin subtil, il se déguste parfaitement lors des beaux jours ensoleillés. En bouche, il est équilibré et généreux aux arômes de fruits rouges fraichement cueillis. À servir en terrasse avec une entrée ou un poisson.
Cavistes, vente directe
11 €



AP TAVEL
Domaine Le Vieux Moulin
Rosé 2019
À la robe intense aux jolis reflets bleutés, le vin apporte un nez puissant et d'une très belle intensité aromatique en bouche sur des notes de fruits rouges et de framboises. Il s'allie aux plats exotiques, à la cuisine asiatique et méditerranéenne.
Cavistes, vente directe
9 €



AOC CABERNET D'ANJOU
Domaine Matignon
Kamikaze
Rappelant le pamplemousse rosé, la robe est de couleur rose vif qui attire le regard et suscite la curiosité. Le nez est léger et frais de fruits rouges, type groseille et fraises, avant de continuer vers des notes de fruits à coque. En bouche, le vin apporte de la fraicheur et de la fermeté.
Cavistes, vente en direct
9 €



AOP CÔTES DE PROVENCE
Château Les Mesclances
Saint Honorat rosé
Ce vin, à la couleur saumonée, révèle au nez des notes de pamplemousse et de pêche. La bouche est ronde et équilibrée, avec une belle vivacité. C'est un rosé de gastronome tout en délicatesse. Il peut se conserver jusqu'à 2 ans.
Cavistes, vente directe
11,20 €



SAINT NICOLAS DE BOURGUEIL
La Chevallerie
Cuvée L'Echappée
Grâce à ses arômes intenses de fleurs et de fruits blancs d'une étonnante pureté, cette robe saumonée invite à la dégustation. Une belle harmonie s'installe en rondeur et fraîcheur, soutenue par un agréable perlant.
Cavistes – 7,5 €



AOP LES BAUX DE PROVENCE
Affectif
Rosé 2019
Ample et sensuel, la robe de ce vin est couleur pétale de rose. Le nez succombé par l'odeur de fraise des bois et de groseilles. Encore jeune en bouche, sur un fond de petits fruits. La texture est enrobée par une pointe d'acidité sur une note minérale.
Cavistes, vente directe
16 €



IPG CÔTES DE GASCOGNE
Domaine Tariquet
Rosé de Pressée 2019
À la belle robe aux reflets brillants, le nez est à la fois intense et subtil. Le vin délivre une bouche aux notes d'épices douces évoluant vers un duo gourmand de framboises sauvages et de pétales de fleurs.
Cavistes – 5,50 €



AOP BEAUJOLAIS
Domaine Romy
Impérial Rosé
Ce vin est d'un rosé pâle avec un nez de fraise des bois. La bouche est structurée avec une longueur qui fait sa qualité. Le vin bio est à déguster avec des sushis, des sashimis et des poissons grillés.
Cavistes, vente directe
9 €

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 261464

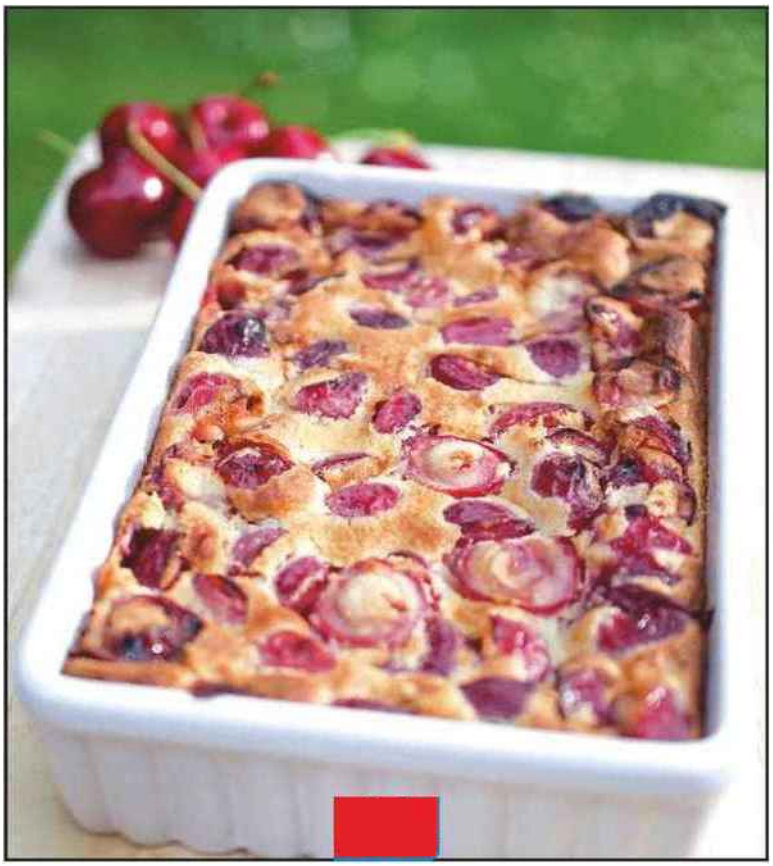




Date : Du 10 au 16 juin 2020
Page de l'article : p.35-36

DESSERT

Clafoutis aux cerises



Tous droits réservés à l'éditeur

ici Paris
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 261464

Date : Du 10 au 16 juin 2020
Page de l'article : p.35-36



Clafoutis aux cerises

Recette : Interfel. Photo : Philippe Dufour/Interfel

POUR 6 PERSONNES

- 600 g de cerises
- 3 œufs
- 100 g de sucre
- 100 g de farine
- 25 cl de lait
- 20 cl de crème liquide
- 1 cuil. à c. d'extrait de vanille liquide ou 1 sachet de sucre vanillé

1. Préchauffez le four à 180 °C (th. 6). Lavez, équeutez et dénoyautez les cerises.
2. Dans un saladier, cassez les œufs et battez-les à la fourchette avec le sucre.
3. Ajoutez successivement la farine, le lait et la crème liquide.
4. Parfumez avec un peu de vanille puis mélangez jusqu'à l'obtention d'une pâte lisse et homogène.
5. Répartissez les cerises dans un plat à gratin (ou dans des moules à crème brûlée individuels). Versez l'appareil à clafoutis dans le plat et enfournez pour 45 minutes.
6. Le clafoutis est délicieux tiède, mais il peut être également servi froid.

À savoir : traditionnellement, dans le clafoutis les cerises ne sont pas dénoyautées ; auquel cas, attention à prévenir les invités !



ET ON BOIT QUOI ? Les Jamelles Clair de Rose 2019, Pays d'Oc. Un joli rosé méditerranéen, élégant, frais et rond en bouche qui exhale des arômes floraux et fruités (framboise et grenadine). 6,95 €, *Nicolas, cavistes.*

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. Consommez avec modération

Tous droits réservés à l'éditeur

www.mybettanedesseauve.fr
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Vive les rosés du Languedoc

Le voisin du géant Provence est d'abord un géant en rouge. Mais le premier vignoble de France en volume se défend aussi très bien dans la catégorie rosé. En voici cinq que nous plébiscitons.

Clos Marie, pic-saint-loup 2019
C'est le domaine star de Pic-Saint-Loup, appellation en forme dans une région où la renommée met du temps à se faire, malgré les sacrifices consentis et la créativité investie. Depuis 1995, Christophe Peyrus y cultive vingt deux hectares et signe des vins superbes de finesse et de fraîcheur. On prendra beaucoup de plaisir à goûter cet assemblage délicat de grenache, syrah et mourvèdre, première marche vers les vins rouges du domaine. Peu importe la couleur, les vins qui étonnent ne sont pas si nombreux. Celui-ci excelle dans ce registre.
16 euros
Disponible chez iDealwine

Gérard Bertrand, Joy, pays-d'oc 2019
Gérard Bertrand est assurément l'homme qui a montré la voie du rayonnement du Languedoc viticole. Le succès de la marque, parmi les premières de cette envergure sur le marché français du vin, ne se dément pas et continue de donner des idées à ceux qui s'occuperont demain de faire rayonner le vignoble dans le monde. Qu'ils retiennent que le marketing et la communication doivent se mettre au service du savoir-faire et de la maîtrise et non l'inverse. Il en faut pour faire ce pays-d'oc équilibré entre ses notes de pamplemousse et de petits fruits rouges, frais et dynamique en bouche. Un beau rosé, épatant à l'apéritif et à l'aise à table.
13,90 euros
Disponible chez Vinatis

Domaine d'Aigues Belles, Cuvée du Poirier des Rougettes, languedoc rosé 2019
L'expertise Bettane+Desseauve consiste à repérer chaque année les endroits où l'on fait du bon vin et les hommes et les femmes qui le font. Les terroirs où sont installés Gilles Palatan, vigneron passionné et attachant, ne sont vraiment pas les plus connus du Gard. Sur vingt hectares, il réussit pourtant le tour de force de donner à ses vins une dimension supplémentaire, permise par des élevages précis et justes. Cette cuvée est ce que l'indication pays-d'oc peut produire de meilleur en matière de vin rosé. Notes florales, fraîcheur du fruit, tout y est.
9,50 euros

Château Paul Mas, languedoc rosé 2019
On oublie facilement le début de l'aventure, le travail accompli et le temps qu'il a fallu pour que le succès nouveau de cette jeune entreprise crée dans les années 2000 se mue en une réussite internationale de premier plan. Jean-Claude Mas a créé la marque à partir de 35 hectares hérités de son père, Paul. Il lui rend hommage avec un rosé qui porte son nom, cuvée de haut-vol, maitrisé de bout en bout, bien construit, désaltérant et aux jolies notes épicées. En attendant la suite, réjouissons-nous aussi du reste de la gamme.
7,95 euros

Vignobles Lorgeril, Château de Pennautier, cabardès rosé 2019
Malgré de nombreux microclimats, le Languedoc reste un territoire chaud, idéal pour la maturité des raisins quand le millésime est bon mais réclamant une vigilance de tous les instants pour conserver la fraîcheur des jus. Ce soin devient extrême pour le rosé et il faut récompenser Miren et Nicolas de Lorgeril pour réussir à

Tous droits réservés à l'éditeur

garder ce souci de fraîcheur et de buvabilité dans leurs vins rosés. Avec ses notes d'agrumes et une finale réglissée, cet excellent cabardès nous rappelle que la maison est une adresse sûre.
7,60 euros chez Nicolas

Tous droits réservés à l'éditeur

HOMME Deluxe
Pays : FR
Périodicité : Trimestriel



Date : N 59 - 2020
Page de l'article : p.70

CHAMPAGNE

Séduction en rose et blanc

SI LA SAINT-VALENTIN EST LA DATE DE TRADITION POUR METTRE LE CHAMPAGNE ROSÉ SUR LES RAYONS, IL NE PERD EN RIEN SA SÉDUCTION LES MOIS SUIVANTS FACE AUX CUVÉES DORÉES QUI SE JOUENT DES SAISONS. C'EST L'ESPRIT DE LA FÊTE QUI FAIT LES BEAUX JOURS TOUTE L'ANNÉE.

Par Éric Vincent. Photos DR



DEUTZ BRUT ROSÉ

Chez Deutz comme chez Louis Roederer, la haute tenue est de nature quelle que soit la saison. Si agréable dès les beaux jours, le champagne rosé se doit d'être printanier, ainsi ce friand flacon issu d'un assemblage marqué par le pinot noir avec un zeste de chardonnay. Il s'ouvre sur des fragrances de cerise, de groseille, de mûre et de grenade, puis de jolies bulles et des notes dansantes de fraises en complètent la fraîcheur acidulée. Style subtil et un fondu tout en grâce.

53 €, grands cavistes



BOLLINGER LA GRANDE ANNÉE ROSÉ 2012

Du rosé, oui, mais qui revendique son appellation et son millésime, donc sa rareté. 67% de pinot noir, 33% de chardonnay et 5% de vin rouge de la très exclusive Côte aux Enfants, ce champagne élevé en fûts et dégorgé à la main est une nouvelle preuve de l'expertise de la maison d'Aÿ. Robe délicate, arômes très présents de groseille, de fruits noirs et d'agrumes, il s'impose au palais par sa texture crémeuse intensément gourmande et sa longueur racée. À tester frais à 8°C avec une cuisine thaïe de haute volée.

175 €, grands cavistes



CRISTAL ROEDERER 2012

Chaque millésime de Cristal, on le sait, est une pépite rare et ce 2012, compte tenu des faibles rendements de l'année, a été bichonné à souhait pour en transcender les aptitudes. Grande maîtrise et joli résultat : après un bouquet de fleurs blanches, de notes fruitées (citron, vanille, noisette) et d'accents de viennoiserie, la bouche savoure une trame vineuse et racée sous l'effet du pinot noir, qu'éclaire et magnifie la lumière dorée du chardonnay. Magistral, évidemment…

200 €, grands cavistes



LAURENT-PERRIER CUVÉE ROSÉ ZÈBRE

Lancée à la fin de l'année 2019 en exclusivité chez Nicolas, cette cuvée Zèbre est toujours disponible chez les bons cavistes pour un safari-bulles avec vos amis. Le rosé by Laurent-Perrier n'est plus à vanter. Ce rosé de macération né en 1968 est devenu l'une des des icônes du genre et sa réputation olfactive et gustative de véritable panier de fruits rouge n'est pas usurpée. Vivacité, fraîcheur et élégance le disputent à un flacon original fort séduisant.

80 €, grands cavistes

Bruno Paillard Première Cuvée

Fier de son terroir certifié Haute valeur environnementale, Bruno Paillard est un adepte de la pureté, de la vigne à la bouteille. Porte-drapeau de la maison, son Première Cuvée, issu de jus de première presse, très peu dosé, exhale les agrumes du chardonnay et les fruits rouges du pinot noir. Vif et minéral au palais, il décline des notes de pain grillé, de gelée de groseille, de cerise et de mûre. Plénitude et belle longueur.

35,50 € (75 € en magnum), bons cavistes



Louis Brochet Réserve Perpétuelle

Aux mains de la fratrie Hélène et Louis Brochet, voici un vrai "champagne de vigneron" dont le domaine est certifié Haute valeur environnementale. Cette Réserve Perpétuelle est un mariage de sept années (2010-2016) de pinot noir qui lui confèrent richesse et complexité. Brut nature dégorgé sans sucre, il se pare de notes briochées, d'arômes de poire, de miel et de fruits confits. Vivacité, harmonie et bouchon "agrafé", à découvrir.

80 €, vente directe (03 26 49 77 44) et bons cavistes



Tous droits réservés à l'éditeur



PRODUITS

RICARD BIO

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire





Date : Juin 2020
Page de l'article : p.17-18
Journaliste : S. LÉB.

Boissons **alcoolisées** : dépasser les frontières naturelles

Et un Ricard bio, un ! Personne n'attendait une marque aussi volumique que Ricard sur le bio tant celui-ci est confidentiel sur les spiritueux. Cependant, la marque d'anisé veut faire entendre sa différence et tente le bio pour cultiver son caractère artisanal. Elle le fera cependant dans un premier temps seulement chez Nicolas. Avec une recette au citron, une autre à l'amande, ce qui n'est pas sans rappeler les façons historiques d'aromatiser un Ricard. *« L'offre est monolithique. Nous voulons travailler la diversité de l'anis et casser les codes du pastis »*, explique Isabelle Pernet, manager innovation chez Ricard. Comme cette marque archi-leader des anisés, nombre de signatures ont dépassé leurs frontières naturelles au moment d'étendre leur offre.

Des catégories à doper

Des paris souvent audacieux, mais il le faut pour doper des catégories, notamment celles des spiritueux, un peu poussives. Toujours chez Ricard, les équipes « poussent » Clan Caribbean Spiced, un rhum épicé comme l'est la star du rayon des rhums, Captain Morgan (MHD). Avec deux recettes, Vibrante (notes dominantes de bergamote) et Floreale (camomille), Martini (Bacardi Martini) s'invite sur une tendance en forte hausse, le sans-alcool. Cette extension de gamme a cependant un prix, presque 10 € la bouteille. Les consommateurs décideront s'ils dépenseront autant pour un « sans-alcool ».

Autre pari, celui de la Martiniquaise, qui a emprunté



RICARD SE FAIT BIO
Ricard choisit de tester ses deux nouvelles recettes uniquement chez Nicolas. Des recettes bio, l'une au citron, l'autre à l'amande, selon la recette du cocktail Mauresque. Des recettes élaborées pour rajeunir la cible de la marque d'anisé. PVC : 25 € 70 cl.



MARTINI TENTE LE SANS-ALCOOL
La marque d'apéritif italien du groupe Bacardi Martini étend sa gamme avec deux références sans alcool, Martini Vibrante (notes de bergamote) et Martini Floreale (camomille). C'est la première grande signature de spiritueux à s'immiscer dans le sans-alcool. PVC : 9,49 € 70 cl.



KYSTIN ET LA CHOUETTE, DEUX CIDRES À LA CHÂTAIGNE
Kystin, le premier, et La Chouette, plus récemment, ont imaginé des cidres à la châtaigne. De la châtaigne crue concassée qui a macéré dans des cuves de cidre dans le cas de Kystin, marque bretonne haut de gamme. La Chouette est une marque normande bio qui, après des débuts à l'export, s'invite en GMS. PVC : entre 2,45 € et 2,75 € les 33 cl (La Chouette).



CRUZ ESPUMANTE, LA BULLE PORTUGAISE
Cruz, la marque de porto de la Martiniquaise, tente un Espumante, un vin pétillant portugais. Elle espère surfer sur le succès des proseccos (bulles italiennes) et sur la mode du Portugal, destination touristique très prisée. PVC : 5,99 € 75 cl.



D SMSPSY - STOCK.ADOBE.COM - DR

Tous droits réservés à l'éditeur

FONDAUDÈGE, LE WHISKY 100 % FRANÇAIS



Whiskies du Monde propose un whisky français qui, à la différence des autres whiskies hexagonaux, ne mise pas sur une région. Distillé et vieilli en France, Fondaudège Héritage est un single malt aux notes «gourmandes et fruitées», vieilli en fûts de chêne 100 % français, non coloré et non filtré à froid. PVC: 29,90 € les 70 cl.



ROKU, LE GIN À LA MODE JAPONAISE

Roku – six en japonais, comme le nombre de facettes de la bouteille – est le premier gin de la maison Suntory, distribuée en France par Campari France Distribution. Infusé avec des fleurs de cerisiers et du poivre Sansho. PVC: 29 € les 70 cl.



SIGNATURE CHEF (VIN SIGNÉ PAR DES CHEFS ÉTOILÉS)

La maison viticole **Wines and Brands** arrive en grande distribution avec une gamme de vins premium signée de trois chefs étoilés, Michel Sarran, Jérôme Nutile et Gilles Goujon. Chaque chef signe un IGP blanc et un AOP rouge et a élaboré 3 recettes par vin. PMC: 13 € les 75 cl.

UNE 1664 VRAIMENT SANS ALCOOL

La marque de **Kronenbourg** s'est invitée au rayon du sans-alcool dès 2014, avec des brassins titrant 0,5° d'alcool. Elle arrive en rayon avec une blonde à 0.0, et 3 formats: 6x25 cl (bouteilles, 4 €), le pack 12x25 cl (canettes, 6,80 €) et la canette 33 cl (1,15 €).





UNE JAGERMEISTER ENCORE PLUS INTENSE

Jagermeister Scharf («scharf» signifie «tranchant» en allemand) se veut encore plus intense que la recette originale de cette liqueur. Elle contient 56 herbes et épices, dont du gingembre, et s'apprécie en shot glacé. Distribuée par Major ISD. PMC: 19 € les 70 cl.



LES MICRO-CUVÉES DE MOUTON CADET

Mouton Cadet étend sa gamme à des micro-cuvées baptisées Parcelle. Le blanc est issu de parcelles de l'appellation Entre-deux-mers et le rosé est produit des raisins de propriétés situées sur Castillon-la-Bataille. PVC: 14,90 € les 75 cl.

les attributs des grandes marques de champagne (ruban transversal, couleur orangée, etc.) pour lancer Cruz Espumante. Ce numéro 2 des spiritueux français espère ainsi participer à l'essor des vins effervescents étrangers comme le prosecco (Italie) et le cava (Espagne). Les bulles de Cruz Espumante sont portugaises, du Douro précisément.

Mise en avant des origines

Marquer les origines est une autre tendance qui transparaît nettement dans les lancements de 2020. Whiskies du Monde propose un single malt français baptisé Fondaudège. Les couleurs du packaging ne démentiront pas l'origine de ce whisky: ce sont celles du drapeau tricolore. Campari France Distribution (CFD) a présenté aux acheteurs un gin japonais, Roku élaboré par Suntory. *«Ça démarre très fort»*, assure Stéphane Cronier, directeur marketing de CFD. Et pour cause. Le savoir-faire japonais en matière de distillation n'est plus à prouver. Ce gin a ceci de particulier d'être imprégné des arômes de multiples «botanics», ces plantes qui infusent dans les alcools. Dont les fleurs de cerisiers, un marqueur du Japon, et de Sansho, le poivre japonais. De fait, les consommateurs sont de plus en plus sensibles aux ingrédients qui étonnent. LSA a repéré deux cidres à la châtaigne. Kystin a élaboré le sien dans les années 2000. *«Ce sont les restaurateurs qui ont eu envie d'associer le cidre à ce fruit d'automne»*, détaille Sasha Crommar, fondateur de Kystin, une marque de cidre haut de gamme essentiellement vendue dans la restauration bretonne. L'attaque de ce cidre est sur la pomme, puis viennent des notes de vanille et de miel. Un cidre façon grand cru.

S. LEB.

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 24/06/2020
Heure : 16:14:43
Journaliste : Sylvie Leboulenger

www.lsa-conso.fr
Pays : France
Dynamisme : 4

Visualiser l'article

Ces innovations qu'il ne faut pas rater

À cause du confinement, un moment où les enseignes se sont logiquement concentrées sur les 20/80, la plupart des lancements ont été retardés. Et, quand ils ont eu lieu, ils sont passés inaperçus. Alors voici une sélection d'innovations tant du côté des boissons alcoolisées que non alcoolisées qui démontrent la créativité de ce secteur en quête de sophistication.



La collection 2020 était prête. Dans les starting-blocks pour qu'elle s'installe comme chaque année dans les rayons, et cela en mars et en avril, pour avoir le temps de « monter en diffusion » avant la saison chaude. Las, le confinement a tout stoppé. Les reports de lancements ont été nombreux. Pourtant, cette collection

Tous droits réservés à l'éditeur

était riche, porteuse de tous les messages qu'ont envie d'entendre les consommateurs. Beaucoup de bio, d'infusions – un mot magique qui souligne que la boisson a été produite avec des ingrédients naturels –, du local, de nouvelles saveurs. Les consommateurs pourront ainsi bientôt tester des boissons à l'hibiscus, au chanvre, au kombucha et découvrir leurs bienfaits. Car, au-delà d'être des boissons plaisir, ces soft-drinks pour adultes ont tous des vertus nutritionnelles. Si elles sont souvent le fait de start-up, les grands groupes ne tarderont pas à s'inviter sur ces tendances bien valorisées. Les prix au litre sont importants.

Un mot d'ordre : surprendre

Du côté des boissons alcoolisées, là aussi, nous ne présentons ici qu'un échantillon de ce que les acteurs ont imaginé. Le mot d'ordre partagé par tous est de surprendre en dépassant les frontières naturelles des marques. Martini va sur le sans-alcool, le porto Cruz sur les vins effervescents, Clan Campbell sur le rhum épicé, Ricard sur le bio… « La catégorie de l'anis est un pilier des spiritueux, explique Isabelle Pernet, manager innovation chez Ricard. L'offre était monolithique. Nous devons travailler sa diversité. » La diversité des goûts est de fait au rendez-vous.

Boissons non alcoolisées : profusion d'infusions

De nouvelles idées, il y en a au rayon des boissons non alcoolisées. Elles respectent souvent les tendances les plus chères aux yeux des consommateurs : davantage de respect de la nature conjugué à des taux de sucre en baisse. Sur ce point, la plus radicale des propositions vient… d'un brasseur californien, Lagunitas. Celui-ci lance une eau infusée au houblon, puis gazéifiée. Un breuvage sans sucre et sans calories, à consommer seul ou en cocktail. « En rayon, il se positionnera bien avec les soft pour adultes, les kombuchas et les ginger beer. Lagunitas Hoppy Refresher crée un nouveau segment », détaille Christelle Salvado, marketing manager craft et innovations chez Heineken. Autre proposition sans sucre : InfuséO de Mandoline. Ce spécialiste des fruits coupés a imaginé une eau dans laquelle infuse des fruits et des légumes, un peu à la manière « des jarres mises à disposition des clients dans les halls des hôtels branchés », explique Marceau Vidrequin, son créateur.

De nouveaux goûts

À côté de ces infusions – un mot très à la mode actuellement, notamment dans les boissons au thé –, les shoppers pourront tester de nouveaux goûts. Comme celui de l'hibiscus avec Hibiss. Une plante répandue en Afrique tant dans les jardins que dans les boissons, appréciée là-bas pour ses nombreux bienfaits – riche en antioxydants et en vitamines C, hypocholestérolémiant et hypotenseur. Une boisson à prescrire aux gens stressés…

Autre nouveau goût, celui du kombucha, une boisson fermentée grâce à un champignon (le kombucha), qui multiplie les bénéfices, dont celui d'équilibrer la flore intestinale. De nombreuses marques de kombucha (Kyo, Jubiles, etc.) se lancent. Attention cependant ! Elles sont parfois si acides qu'elles peuvent arracher une grimace à ceux qui la goûtent pour la première fois. Citons également le chanvre (à ne pas confondre avec son cousin, le cannabis). Une plante elle aussi dotée de vertus : elle est source de protéines végétales, ce qu'apprécieront les végétaliens et les vegans, et même ceux qui réduisent leur consommation de viande. Elle est bien pourvue en minéraux, en vitamines et en fibres. Encore une boisson qui devrait être remboursée par la Sécurité Sociale !

Les Parisiens apprécieront sûrement de découvrir Lutécia, une eau qui jaillit quelque part dans la Vallée de la Chevreuse. Une eau minérale locale, bonne pour les biberons et développée par le groupe Ogeu (voir aussi pages 30 et 31). Les bouteilles signées Lutécia contiennent 30 % de matière végétale.

Le plastique toujours visé

Nul doute que les consommateurs les plus verts seront sensibles à ce choix d'emballage. Car, si la période du confinement a m is en sourdine le « plastic bashing », la lutte contre le plastique à usage unique n'en reste pas moins un thème majeur pour les acteurs des boissons non alcoolisées. C'est pour cela que des marques

Tous droits réservés à l'éditeur

familiales telles que Vittel ou Lipton Ice Tea font le pari du 100 % PET recyclé (r-PET) pour leurs nouvelles bouteilles. Un pari fort, car le r-PET coûte en ce moment a minima 50 % plus cher que le PET vierge et ces marques n'ont pas augmenté leurs prix… Pour rester en ligne avec les prix de la concurrence.

Voelkel, le chanvre a boire

Le chanvre est à la mode, notamment auprès des végétariens. Le spécialiste allemand des jus bio et certifiés Demeter, Voelkel, lance un smoothie qui contient du chanvre alimentaire, connu pour ses protéines très digestes. Dans les magasins bio.

PVC : 2,75 € les 25 cl.

Visuel indisponible

Hibiss, l'afrique en bouteille

Incontournable en Afrique, cette boisson réputée pour ses vertus antioxydantes et sa richesse en vitamines C, à base de fleurs d'hibiscus, arrive en France via la société Hibiss France. Les fleurs viennent du Burkina Faso et la recette, bio, du sud de la France.

PVC : 2,79 € les 33 cl.

Visuel indisponible

Lagunitas, le soft au houblon

La brasserie américaine détenue par Heineken a imaginé une eau dans laquelle trois houblons californiens ont infusé avant qu'elle soit gazéifiée. Un soft pour adultes qui aura sa place à côté des kombuchas et autres ginger beer. En exclusivité chez Monoprix.

PVC : 1,99 € les 35,5 cl.

Visuel indisponible

Infuséo, fraîchement fruitée

Mandoline, spécialiste des fruits découpés, lance sa première boisson, InfuséO. Des boissons ultrafraîches qui contiennent des fruits et des plantes en suspension dans de l'eau. Un peu à la manière du contenu des jarres mises à disposition des clients dans certains hôtels.

PVC : 1,89 € les 500 ml.

Visuel indisponible

Vittel passe au pet durable

Vittel (Nestlé Waters) a fait le choix de passer sa référence 75 cl, soit 3 % de ses ventes, dans des bouteilles en 100 % PET recyclé (r-PET), et cela sans changer le prix de vente. Une prouesse, car le r-PET est environ 50 % plus cher que le vierge.

PVC : 2,60 € le pack de 6 bouteilles de 75 cl.

Visuel indisponible

Jubiles et kyo démocratisent le kombucha

Ces deux marques élaborées par Biomère (Jubiles) et Bio Brasseurs (Kyo)cherchent à démocratiser le kombucha, ces boissons fermentées que l'on dit bonnes pour la flore intestinale. Celles-ci sont bio et non pasteurisées, la condition pour que leurs principes actifs soient encore vivants.

PVC : 2,85 € (Kyo, en 33 cl), 4,1

Visuel indisponible

Pago organise ses élections

Il n'y a pas que les élections municipales en 2020. Il y a aussi celles du parfum préféré des Français, s'agissant des jus Pago (Eckes Granini). Celles-ci se déroulent tout l'été et quelques électeurs gagneront un voyage pour deux en République Dominicaine. Décollage en 2021.

PVC : inchangé.

Visuel indisponible

Lutécia, l'eau des parisiens

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Lutécia est la nouvelle marque du groupe Ogeu destinée à la région parisienne. Ce nom gallo-romain de la rive gauche de Paris signe les eaux embouteillées sur le site de Saint-Lambert (78), repris par Ogeu voici quelques années. Les bouteilles contiennent 30 % de matériau végétal.
PVC : 0,48 € le 1,5 L et 0,30 € le 0,5 L.
Visuel indisponible
Fanta fait durer le mystère
Fanta (Coca-Cola) propose tout l'été un parfum vert baptisé What the Fanta. Une saveur mystère que les consommateurs sont invités à deviner pour gagner des cadeaux. Ce parfum sera révélé en septembre.
PVC : 1,69 € le 1,5 L.
Visuel indisponible
Boissons alcoolisées : dépasser les frontières naturelles
Et un Ricard bio, un ! Personne n'attendait une marque aussi volumique que Ricard sur le bio tant celui-ci est confidentiel sur les spiritueux. Cependant, la marque d'anisé veut faire entendre sa différence et tente le bio pour cultiver son caractère artisanal. Elle le fera cependant dans un premier temps seulement chez Nicolas. Avec une recette au citron, une autre à l'amande, ce qui n'est pas sans rappeler les façons historiques d'aromatiser un Ricard. « L'offre est monolithique. Nous voulons travailler la diversité de l'anis et casser les codes du pastis », explique Isabelle Pernet, manager innovation chez Ricard.Comme cette marque archi-leader des anisés, nombre de signatures ont dépassé leurs frontières naturelles au moment d'étendre leur offre.

Des catégories à doper

Des paris souvent audacieux, mais il le faut pour doper des catégories, notamment celles des spiritueux, un peu poussives. Toujours chez Ricard, les équipes « poussent » Clan Caribbean Spiced, un rhum épicé comme l'est la star du rayon des rhums, Captain Morgan (MHD). Avec deux recettes, Vibrante (notes dominantes de bergamote) et Floreale (camomille), Martini (Bacardi Martini) s'invite sur une tendance en forte hausse, le sans-alcool. Cette extension de gamme a cependant un prix, presque 10 € la bouteille. Les consommateurs décideront s'ils dépenseront autant pour un « sans-alcool ».
Autre pari, celui de la Martiniquaise, qui a emprunté les attributs des grandes marques de champagne (ruban transversal, couleur orangée, etc.) pour lancer Cruz Espumante. Ce numéro 2 des spiritueux français espère ainsi participer à l'essor des vins effervescents étrangers comme le prosecco (Italie) et le cava (Espagne). Les bulles de Cruz Espumante sont portugaises, du Douro précisément.

Mise en avant des origines

Marquer les origines est une autre tendance qui transparaît nettement dans les lancements de 2020. Whiskies du Monde propose un single malt français baptisé Fondaudège. Les couleurs du packaging ne démentiront pas l'origine de ce whisky : ce sont celles du drapeau tricolore. Campari France Distribution (CFD) a présenté aux acheteurs un gin japonais, Roku élaboré par Suntory. « Ça démarre très fort », assure Stéphane Cronier, directeur marketing de CFD. Et pour cause. Le savoir-faire japonais en matière de distillation n'est plus à prouver. Ce gin a ceci de particulier d'être imprégné des arômes de multiples « botanics », ces plantes qui infusent dans les alcools. Dont les fleurs de cerisiers, un marqueur du Japon, et de Sansho, le poivre japonais.
De fait, les consommateurs sont de plus en plus sensibles aux ingrédients qui étonnent. LSA a repéré deux cidres à la châtaigne. Kystin a élaboré le sien dans les années 2000. « Ce sont les restaurateurs qui ont eu envie d'associer le cidre à ce fruit d'automne », détaille Sasha Crommar, fondateur de Kystin, une marque de cidre haut de gamme essentiellement vendue dans la restauration bretonne. L'attaque de ce cidre est sur la pomme, puis viennent des notes de vanille et de miel. Un cidre façon grand cru.
Ricard se fait bio
Ricard choisit de tester ses deux nouvelles recettes uniquement chez Nicolas. Des recettes bio, l'une au citron, l'autre à l'amande, selon la recette du cocktail Mauresque. Des recettes élaborées pour rajeunir la cible de la marque d'anisé.
PVC : 25 € 70 cl.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Visuel indisponible
Martini tente le sans-alcool
La marque d'apéritif italien du groupe Bacardi Martini étend sa gamme avec deux références sans alcool, Martini Vibrante (notes de bergamote) et Martini Floreale (camomille). C'est la première grande signature de spiritueux à s'immiscer dans le sans-alcool.
PVC : 9,49 € 70 cl.
Visuel indisponible
Kystin et la chouette, deux cidres a la chataigne
Kystin, le premier, et La Chouette, plus récemment, ont imaginé des cidres à la châtaigne. De la châtaigne crue concassée qui a macéré dans des cuves de cidre dans le cas de Kystin, marque bretonne haut de gamme. La Chouette est une marque normande bio qui, après des débuts à l'export, s'invite en GMS.
PVC : entre 2,45 € et 2,75 € les 33 cl (La Chouette).
Visuel indisponible
Cruz espumante, la bulle portugaise
Cruz, la marque de porto de la Martiniquaise, tente un Espumante, un vin pétillant portugais. Elle espère surfer sur le succès des proseccos (bulles italiennes) et sur la mode du Portugal, destination touristique très prisée.
PVC : 5,99 € 75 cl.
Visuel indisponible
Fondaudège, le whisky 100 % français
whiskies du monde propose un whisky français qui, à la différence des autres whiskies hexagonaux, ne mise pas sur une région. Distillé et vieilli en France, Fondaudège Héritage est un single malt aux notes « gourmandes et fruitées », vieilli en fûts de chêne 100 % français, non coloré et non filtré à froid.
PVC : 29,90 € les 70 cl.
Visuel indisponible
Une jagermeister encore plus intense
Jagermeister Scharf (« scharf » signifie « tranchant » en allemand) se veut encore plus intense que la recette originale de cette liqueur. Elle contient 56 herbes et épices, dont du gingembre, et s'apprécie en shot glacé. Distribuée par Major ISD.
PMC : 19 € les 70 cl.
Visuel indisponible
Roku, le gin a la mode japonaise
Roku – six en japonais, comme le nombre de facettes de la bouteille – est le premier gin de la maison Suntory, distribuée en France par Campari France Distribution. Infusé avec des fleurs de cerisiers et du poivre Sansho.
PVC : 29 € les 70 cl.
Visuel indisponible
Signature chef (vin signé par des chefs étoilés)
La maison viticole Wines and Brands arrive en grande distribution avec une gamme de vins premium signée de trois chefs étoilés, Michel Sarran, Jérôme Nutile et Gilles Goujon. Chaque chef signe un IGP blanc et un AOP rouge et a élaboré 3 recettes par vin.
PMC : 13 € les 75 cl.

Visuel indisponible

Une 1664 vraiment sans alcool
La marque de Kronenbourg s'est invitée au rayon du sans-alcool dès 2014, avec des brassins titrant 0,5 ° d'alcool. Elle arrive en rayon avec une blonde à 0.0, et 3 formats : 6 x 25 cl (bouteilles, 4 €), le pack 12 x 25 cl (canettes, 6,80 €) et la canette 33 cl (1,15 €).

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Visuel indisponible

Les micro-cuvées de mouton cadet
Mouton Cadet étend sa gamme à des micro-cuvées baptisées Parcelle. Le blanc est issu de parcelles de l'appellation Entredeux- mers et le rosé est produit des raisins de propriétés situées sur Castillon-la-Bataille.
PVC : 14,90 € les 75 cl.
Visuel indisponible

Tous droits réservés à l'éditeur



BOISSONS ALCOOLISÉES

- **Ricard** : *Bio*. Après le succès de « Plantes fraîches », le leader du pastis développe deux références bio avec deux boissons anisées bio fruitées, au citron ou à l'amande. Le lancement est d'abord réalisé chez Nicolas qui le met en avant dans son opération « *Green* » durant le mois de juin.

- **Lagunitas** : *Hop*. La marque d'Heineken lance une eau gazéifiée houblonnée inspirée des IPA. Même si la bouteille en reprend les codes, ce « *Hoppy refresher* » n'est pas une bière sans alcool. Lancée en exclusivité chez Monoprix.



- **Producta Vignobles** : *Mission St Vincent*. Crémant de Bordeaux blanc ou rosé.

- **Père Magloire** : *Fraternité*. Cuvée hors d'âge lancée avec un an d'avance (elle était prévue pour le 200ème anniversaire de la marque) proposée à 17,90 euros la bouteille de 50 centilitres, la moitié de son prix, sur son site marchand.

- **La Croqueuse** : Les fondateurs de La Mentheuse complètent leur gamme de crèmes légères en alcool avec une formule à la pomme présentant moins de quinze degrés d'alcool. En vente chez les cavistes et épiceries fines.

- **Rozelieures** : Single malt whisky élevé en fût neuf de bourbon puis affiné 14 mois en fût de rhum agricole.

Tous droits réservés à l'éditeur

KISS MY CHEF

kissmychef.com
Pays : France
Dynamisme : 5

Visualiser l'article

Les nouveaux produits en grands magasins, en boutiques et en ligne



Salade céréales, mangue, avocat © Picard

Ils sont là et vont mettre un apporter un peu de changement dans vos habitudes. Les nouveaux produits du mois de juin 2020 arrivent dans les rayons des grands magasins, des boutiques spécialisées et des Boutiques en ligne. Goutez-les !

Produits frais

Tous droits réservés à l'éditeur

KISS MY CHEF

kissmychef.com
Pays : France
Dynamisme : 5

Visualiser l'article



Pastis 51

La valise Apéro-Barbecue

Pastis 51 se dévoile avec un nouveau pack épuré et contemporain avec une étiquette en argent, des gouttes et un logo simplifié, dans une valise Apéro-Barbecue, imaginée par la Fédération Française de l'Apéritif et

Tous droits réservés à l'éditeur

contenant 1 bouteille du pastis de Marseille, 2 verres officiels de Pastis 51, 1 tablier « Ceinture noire de barbecue et 1 livret de 5 recettes Apéro Barbecue. Valise disponible au prix de 19,10 € en GMS ainsi que sur le site de la Fédération Française de l'Apéritif .



Bjorg

Tous droits réservés à l'éditeur

KISS MY CHEF

kissmychef.com
Pays : France
Dynamisme : 5

Visualiser l'article



Ricard

Pastis fruités bio

Tous droits réservés à l'éditeur



PRODUITS

FETE DES MERES

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

TrendsMagazine by Myriam Bouchaut

@TRENDSMAGAZINE.EU

- **Accueil**
- À propos
- Photos
- Vidéos
- Publications
- Groupes
- Communauté

Créer une Page

J'aime | Partager | Suggérer des modifications | ...

TrendsMagazine by Myriam Bouchaut

5 juin, 03:39 ·

La fête des mamans approche à grands pas. Se mettre à la recherche d'un cadeau qui remplira ses yeux de bonheur. Les vins Nicolas propose pour cette occasion un coffret contenant une 1/2 bouteille de champagne @ruinart et un ballotin de délices chocolaté @deneuville_vivonsgourmands des coffrets exclusifs pour célébrer les occasions importantes. #deneuvillechocolat #ruinardchampagne #lesvinsnicolas #champagne #champagnelover #champagnelife #chocolat #fetedesmeres #celebration #celebrate #party #partytime #drink #drinkstagram #drinks #caviste #vin #wine #winetasting 🍷 #champagne🍾



J'aime | Commenter | Partager



trendsmagazine.eu • S'abonner

trendsmagazine.eu La fête des mamans approche à grands pas. Se mettre à la recherche d'un cadeau qui remplira ses yeux de bonheur. Les vins Nicolas propose pour cette occasion un coffret contenant une 1/2 bouteille de champagne @ruinart et un ballotin de délices chocolaté @deneuville_vivonsgourmands des coffrets exclusifs pour célébrer les occasions importantes. #deneuvillechocolat #ruinardchampagne #lesvinsnicolas #champagne #champagnelover #champagnelife #chocolat #fetedesmeres #celebration #celebrate #party #partytime #drink #drinkstagram #drinks #caviste #vin #wine #winetasting🍷 #champagne🍾 #artdevivre

15 J'aime

5 JUIN

Connectez-vous pour aimer ou commenter.







J'aime Partager Suggérer des modifications ...

TrendsMagazine by Myriam Bouchaut
@TRENDSMAGAZINE.EU

- Accueil
- À propos
- Photos
- Vidéos
- Publications
- Groupes
- Communauté

Créer une Page

TrendsMagazine by Myriam Bouchaut
4 juin, 06:31 ·

Quand champagnes et chocolats font bon ménage, il en ressort une collaboration gourmande entre les bulles rosé du champagne @lesvinsnicolas et le ballotin de chocolat de chez @deneuville_vivonsgourmands des accords présentés en trois coffrets à offrir pour toutes les occasions. #champagne #champagne🍾 #ballotindechocolats #coffretcadeau #coffretexclusif #ideal #fetedesmeres #champagnerose #instamoment #instafood #instachampagne #instavin #instawine



1

Instagram

Rechercher

Se connecter S'inscrire



trendsmagazine.eu • S'abonner

trendsmagazine.eu Quand champagnes et chocolats font bon ménage, il en ressort une collaboration gourmande entre les bulles rosé du champagne e.nicolas @lesvinsnicolas et le ballotin de chocolat de chez @deneuville_vivonsgourmands des accords présentés en trois coffrets à offrir pour toutes les occasions. #champagne #champagne🍾 #ballotindechocolats #coffretcadeau #coffretexclusif #ideal #fetedesmeres #champagnerose #instamoment #instafood #instachampagne #instavin #instawine #maisonnicolas

1 sem

gobbabobba Rosé! 👭😉

13 J'aime

4 JUIN

Connectez-vous pour aimer ou commenter.







UA-11796623-1

Un accord gourmand !

0

0

0



Quand champagnes et chocolats font bon ménage, il en ressort une collaboration gourmande entre les bulles rosé du champagne E.Nicolas des vins Nicolas ou encore le champagne Ruinart et le ballotin de 23 chocolats de chez Deneuville en coffret unique. Des accords présentés en trois coffrets à offrir pour toutes les occasions. Pour les fêtes des mères la maison célèbre les mamans en leur offrant ces coffrets. L'offre est valable jusqu'au 30 juin 2020. Découvrez aussi l'autre coffret avec un demi champagne Ruinard : https://www.nicolas.com/fr/Coffrets-Cadeaux/LE-PETIT-GOURMAND-/p/GM024.html
On ne présente plus les vins Nicolas, présent dans 10 pays et dans les Dom-TOM, avec plus 558 caves en France et à l'étranger, Nicolas représente 10 % de part de marché et demeure le caviste de référence au niveau national avec 765 cavistes. Pour en savoir plus : https://www.nicolas.com/fr/Coffrets-Cadeaux/BULLES-ROSES-/p/GM023.html

Myriam

Laisser un commentaire

Votre adresse de messagerie ne sera pas publiée. Les champs obligatoires sont indiqués avec *

Commentaire



Adresse de messagerie *

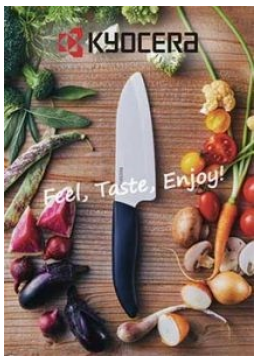
Site web

TRENDS N°67 Mars-Avril 2020 / Feuilletez le magazine

MAISONS DU MONDE CATALOGUE 2020



KYOCERA FRANCE



Enter your search

RUBRIQUES

- Art de la table
- Bars lounge
- Chef
- Cocktails
- Côté livres





PRODUITS

FETE DES PERES

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins



Pour un père amateur de vin et de douceur

18 juin 2020

Pour la fête des pères, la Maison Nicolas propose des coffrets exclusifs comportant soit une bouteille de champagne rosé, soit ½ bouteille de champagne Ruinart, avec un ballotin de 230 g de chocolats De Neuville, vendus au prix de 45 euros et 50 euros livraison incluse. Une façon originale et sympathique de faire plaisir à votre père.

Disponible dans les boutiques Nicolas.

Nous utilisons des cookies pour vous garantir la meilleure expérience sur notre site. Si vous continuez à utiliser ce dernier, nous considérerons que vous acceptez l'utilisation des cookies.

Ok

www.nicolas.com



Nous utilisons des cookies pour vous garantir la meilleure expérience sur notre site. Si vous continuez à utiliser ce dernier, nous considérerons que vous acceptez l'utilisation des cookies.

Ok

Vins & Gastronomie
le 18 juin à 13:55 ·

Pour un père amateur de vin et de douceur

Pour la fête des pères, la Maison Nicolas propose des coffrets exclusifs comportant soit une bouteille de champagne rosé, soit ½ bouteille de champagne Ruinart, avec un ballotin de 230 g de chocolats De Neuville, vendus au prix de 45 euros et 50 euros livraison incluse. Une façon originale et sympathique de faire plaisir à votre père. Disponible dans les boutiques Nicolas.

www.nicolas.com





2 2 partages

J'aime Commenter Partager



PRODUITS

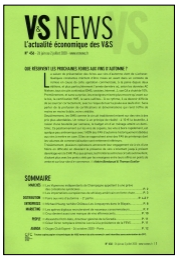
FAV

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

V&S news
L'essentiel de l'actualité économique des Vins & Spiritueux

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : Du 26 juin au 02 juillet 2020
Page de l'article : p.6
Journaliste : H.B.

DISTRIBUTION - FAV d'automne, 2e partie

FAV : Nicolas augmente sa sélection de vins à petits prix... FRANCE

Les magasins Nicolas maintiennent le cap avec une foire aux vins qui, comme l'an dernier, s'étendra sur un peu plus d'un mois (du 9 septembre au 13 octobre). La sélection compte 70% de nouveautés (contre 60% l'an dernier), mais c'est surtout du côté des prix que l'enseigne s'illustre. Contexte oblige, ils seront encore plus « serrés » qu'à l'accoutumée, avec une fourchette de prix allant de 4,90 à 35 €, contre 4,55 à 62 € en 2019. La sélection compte 61 références dont 49% à moins de 10 € (43% l'an dernier) et 72% à moins de 15 €. Les vins rouges s'octroyent 64% de l'offre, les blancs 30% et les rosés 7% avec 4 références. ■ *H.B.*

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 23/06/2020
Heure : 08:06:36

decisionboissons.fr
Pays : France
Dynamisme : 6

Visualiser l'article

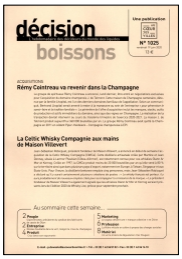
Nicolas | La Foire aux vins d'automne se prépare

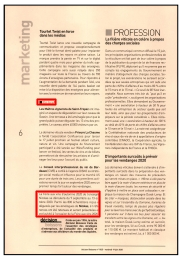
La Foire aux vins d'automne 2020 de l'enseigne Nicolas se déroulera du 9 septembre au 13 octobre 2020. Parmi les 800 échantillons reçus et dégustés par les œnologues de Nicolas , 61 références ont été retenues et seront présentées en exclusivité à l'occasion de la Foire aux vins 2020.

Article avec accès abonnés:https://decisionboissons.fr/blog/la-foire-aux-vins-dautomne-2020-chez-nicolas-aura-lieu-du-9-septembre-au-13-octobre/

Tous droits réservés à l'éditeur

DÉCISION boissons
L'hebdomadaire des décideurs du monde des liquides
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : 19 juin 2020
Page de l'article : p.6

En bref

La Foire aux vins d'automne 2020 de l'enseigne Nicolas se déroulera du 9 septembre au 13 octobre 2020. Parmi les 800 échantillons reçus et dégustés par les œnologues de **Nicolas**, 61 références ont été retenues et seront présentées en exclusivité à l'occasion de la Foire aux vins 2020.

Tous droits réservés à l'éditeur



PRODUITS

PETITES RECOLTES

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

■ SUD RADIO (28/06/20 à 12:29 | 00:27:24) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris. Une question sur les bouteilles de Petites Récoltes de Nicolas est posée.

■ SUD RADIO (21/06/20 à 12:30 | 00:27:20) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris. Une question sur les bouteilles de Petites Récoltes de Nicolas est posée.

■ SUD RADIO (20/06/20 à 12:29 | 00:28:02) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris. Itw de Christopher Hermelin, directeur de la communication et du marketing de Nicolas. Il parle des Petites Récoltes.



CORPORATE

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

■ SUD RADIO (18/06/20 à 19:19 | 00:08:12) : « Les vraies voix - la suite » *Philippe Rossi*

L'émission s'intéresse à l'e-commerce. Le caviste Nicolas est cité parmi les entreprises de vins qui utilisent le e-commence.

www.terredevins.com
Pays : France
Dynamisme : 4

Visualiser l'article

[Concours Meilleur Caviste de France J-7] “Nicolas” en force



Lundi prochain se tiendra la première épreuve en ligne de la compétition inter-cavistes créée par le Syndicat des Cavistes Professionnels, et organisée par Terre de Vins. Parmi les réseaux de cavistes, Nicolas est le plus représenté avec une trentaine de candidats en lice. Rencontre avec Christopher Hermelin, responsable marketing de Nicolas.

Christopher Hermelin, pouvez-vous présenter rapidement à nos lecteurs Nicolas et rappeler quelques chiffres sur l'enseigne ?
Nicolas, c'est 500 magasins en France, 550 dans le monde, principalement en Europe, surtout en Belgique, Suisse, Angleterre, et 765 cavistes. C'est une maison qui a été créée à Paris en 1822 par la famille Nicolas, et va donc fêter son bicentenaire en 2022. Nous concentrons encore la majeure partie de nos caves en Ile-de-France, avec 320 enseignes, le reste se situant en régions, principalement à Lyon, dans le sud-est, et sur les côtes atlantique et méditerranée. Nous avons la volonté d'être un réseau d'hyper-proximité, la grande majorité de nos boutiques sont dans le cœur des villes, très peu en centres commerciaux. Nicolas référence plus de mille produits, vins, champagnes, spiritueux, bières, qui passent tous dans les mains de notre service qualité à Thiais, instauré il y a 50 ans. Nous mettons un point d'honneur à être accessibles au plus grand nombre, tant par la sélection que par notre large gamme de prix, dès 4 € et jusqu'à des flacons de prestige. Nicolas affiche un chiffre d'affaires consolidé de 300 millions d'euros en 2019.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Pour en venir au Concours du meilleur caviste de France, à chaque édition, un grand nombre de cavistes de Nicolas concourent. Que représente cette compétition pour une enseigne comme Nicolas ?
C'est un concours capital à plus d'un titre. Il permet à nos cavistes de se mesurer, de se challenger. Il crée une émulation, une dynamique au sein-même de Nicolas, et avec l'ensemble de la profession de France. Il permet aussi d'échanger avec les autres et de voir ce qui se fait ailleurs, c'est un facteur d'enrichissement. Nicolas est membre du Syndicat des Cavistes Professionnels, donc c'est important de jouer le jeu de cette compétition. On peut dire ce qu'on veut sur Nicolas, mais nous sommes avant tout caviste. Nos cavistes sont des gérants mandataires non-salariés, autonomes, ce sont des professionnels que l'on forme. Ce concours fait partie de leur formation continue. On considère qu'on a un rôle historique, et en tant que leader, on doit être moteurs et irréprochables dans cette profession à tous les niveaux.

Proposez-vous une préparation spéciale à vos cavistes en vue du concours ?
Chacun se prépare à titre individuel. Si on encourage naturellement nos cavistes à sortir de leur zone de confort et à concourir, la participation est sur la base du volontariat, car c'est un exercice qui prend du temps, demande du travail, et ce n'est pas évident de se présenter devant un jury. A la fin, même si on célèbre nos finalistes et qu'on est fiers d'eux, c'est une démarche individuelle, c'est le caviste qui aura le trophée, pas Nicolas.

meilleurcavistedefrance.fr

Ils sont partenaires du Concours du Meilleur Caviste de France :

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : FR
Périodicité : Parution Irrégulière





Date : Juin 2020
Page de l'article : p.48-49
Journaliste : SYLVIE LEBOU-LENGER

les métiers

Le consommateur **au cœur de la communication**

Les publicités et autres communications « vertes » associent les consommateurs aux discours des marques. Une façon de les engager véritablement et avec sincérité. C'est-à-dire sans « greenwashing ».

Voix off : *« Chers Français, merci d'avoir râlé au sujet des soupes toutes prêtes ! »* Un monsieur mangeant sa soupe : *« Ah, c'est tellement salé… On pourrait déneiger avec ! »* Voix off : *« Et merci d'avoir râlé sur leur composition. »* Une maman lisant la liste d'ingrédients d'une soupe en boîte : *« E621 ? C'est quoi ça comme légume ? »* Voix off : *« Grâce à vous, les soupes Liebig changent et sont désormais préparées avec 100 % d'ingrédients naturels. Merci d'avoir fait grandir nos soupes. »*

La marque de soupe de Continental Foods n'y est pas allée avec le dos de la cuillère, en octobre 2019, alors que la saison de la soupe chaude démarrait. Dans une publicité pour la télévision orchestrée par l'agence CLM BBDO, elle faisait son *mea culpa* et remerciait les consommateurs de l'avoir contrainte à une grosse remise en cause, ce qui donnait le sketch ci-dessus.

D'accord pour changer

Une publicité à la fois osée et astucieuse : il fallait une pub « coup de poing » pour renverser la tendance peu favorable aux soupes en briques. Comme dans la plupart des communications dites « green », le consommateur est au cœur du sujet. Le fameux consomm'acteur. *« 60 % des Français sont convaincus de la nécessité de changer les habitudes quotidiennes pour la cause green »*, assure Richard Pellet, directeur associé de l'agence TLC marketing, citant une récente étude interne. Cette étude sur les marques green et les habitudes vertes des consommateurs indique également que 66 % des interviewés se tourneraient volontiers vers des marques qui proposent des actions responsables.

66 %
des sondés par l'agence TLC marketing pour une étude interne seraient prêts à acheter des marques proposant des actions responsables

Des actions concrètes

« Chez TLC, nous militons pour qu'il n'y ait pas de greenwashing, poursuit Richard Pellet. *Par exemple, compenser ses émissions de CO_2 en plantant des arbres à l'autre bout de la terre ne parle pas aux consomm'acteurs. »* Raison pour laquelle cette agence accompagne les marques



« Mea culpa »
Avec le clip *Merci d'avoir fait grandir nos soupes*, Liebig tient un discours de sincérité. Oui, les soupes en briques étaient trop salées et pleines d'additifs, reconnaît la marque. Ce qui lui permet de dire que les recettes ont changé pour plus de naturalité.

Tous droits réservés à l'éditeur



Pédagogique

Vittel a changé d'emballage mais cela ne se voit pas. La marque a abandonné le PET pour du PET recyclé. Mais le consommateur ne sachant pas bien ce que c'est, la marque l'explique de façon très factuelle : une bouteille bien triée peut donner naissance à une autre bouteille.



Fleurir la ville

Lors d'une opération de communication, Innocent a offert des kits de *bee balls*, des billes d'argile remplies de graines de fleurs mellifères à jeter au gré des envies. 14 000 kits ont été distribués et un million de fleurs ont poussé. Innocent a ainsi invité les consommateurs à prendre part à la protection des abeilles et au fleurissement des villes.

de façon concrète, notamment en offrant un « cadeau green » pour tout acte d'achat.

C'est ainsi que le caviste Nicolas, très engagé dans le développement durable, récupère depuis 2013 les bouchons en liège pour leur recyclage. Mais il a souhaité sensibiliser encore plus ses clients au fait que les bouchons ont une seconde vie dès lors qu'ils sont correctement collectés. Lors d'une opération commerciale sur les vins bio, les cavistes de ce réseau du groupe Castel ont offert un kit avec deux bouchons contenant des graines de fleurs mellifères et une capsule de terre déshydratée… Le client Nicolas qui « plantait » son bouchon obtenait de jolies fleurs quelques semaines plus tard. Le caviste avait en outre inscrit sur le mode d'emploi accompagnant ce kit que les bouchons qu'il récupère sont revendus et que la somme récoltée avait déjà permis de planter 6 hectares de chênes-lièges, ceux qui servent à la fabrication de bouchons.

De son côté, la marque de smoothies et de jus de fruits Innocent a mené une opération de communication lors de laquelle elle offrait des *bee balls*, des grosses billes d'argile à jeter n'importe où. Ces *bee balls* contenaient, comme les bouchons de Nicolas, des graines qui donnaient de jolies fleurs, favorisant ainsi la diversité et la production de miel (« *bee* » signifie abeille en anglais). Lors de cette opération, récompensée d'un prix Top Com, 14 000 kits ont été distribués et 1 million de fleurs ont poussé au gré du jet des *bee balls* et du vent. À noter que ces billes ont été confectionnées dans un atelier pour personnes en situation de handicap au Royaume-Uni. Cela ajoute de l'humanité au message.

Ne plus se contenter de dire

« *Les gens sont devenus plus exigeants vis-à-vis des marques,* rappelle Richard Pellet. *C'est pourquoi nous sommes passés de l'ère du* story telling *au* story prouving. » En clair, les marques doivent désormais prouver leur engagement vert, car le dire n'est pas assez. Mais « *le seul* story doing *ne suffit pas, il faut passer au* story sharing », poursuit le directeur associé. Au-delà des produits, les marques doivent donc partager leurs valeurs avec les consommateurs. Reste que, sur certains sujets, ceux-ci sont un peu démunis. Ils ont été matraqués par des reportages disant que, d'ici à quelques années, il y aurait plus de plastique que de poissons dans les océans et que les pauvres merlans qui survivront auront l'estomac bourré de microplastiques. D'où une défiance vis-à-vis du plastique en général, et des bouteilles en particulier. En guise de première réponse, les acteurs des boissons ont choisi d'utiliser du rPET (PET recyclé), partant du principe que si les bouteilles sont bien triées, elles seront recyclées et n'atterriront pas dans les océans.

Las, à ce jour, seuls 36 % d'entre elles échouent dans la bonne poubelle. La raison ? Les consommateurs ignorent souvent qu'une bouteille peut redevenir une bouteille. Ils pensent encore trop souvent que cet emballage est à usage unique, le rPET ou PET recyclé ne faisant pas encore partie de leur vocabulaire. C'est pourquoi Vittel, marque choisie par Nestlé Waters pour porter un message green, décrit précisément le parcours d'une bouteille et incite au geste de tri. « *Nous avons souhaité faire passer un message simple, un message d'éducation, parce qu'une bouteille triée n'est plus un déchet qui risque de se retrouver dans la nature* », observe François Bresson, directrice RSE de Nestlé Waters France. ■ **SYLVIE LEBOULENGER**

Tous droits réservés à l'éditeur



CORPORATE

COVID-19

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins





DOSSIER LOGISTIQUE

LA CRISE DU COVID-19 VA ACCÉLÉRER LA DIGITALISATION



© iMilesima

Livraison à domicile, e-réservation, mise en place de « drive », vente à distance... Face à la crise sanitaire, qui a profité aux sites de e-commerce, les cavistes d'abord fermés se sont organisés. Mais la crise de consommation de vin, qui semble pourtant ralentir, pourrait provoquer une reconfiguration du secteur, une évolution des modèles et une accélération vers la numérisation.

par Frank Niedercorn

À quoi ressemblera le monde de la distribution des vins et des spiritueux après la crise sanitaire liée au Covid-19 ? « *Il ne ressemblera pas à celui d'avant. C'est vrai pour le commerce en général et en particulier pour celui du vin* », souffle Jean Guizard, président de la Fédération des Cavistes Indépendants. Une crise qui devrait faire des dégâts notamment parmi les 6000 cavistes dont 5000 sont indépendants. « *On peut se féliciter des aides de l'État sur le chômage partiel. C'est un soulagement mais cela ne suffira peut-être pas, notamment pour les toutes petites structures, souvent familiales, qui se voient refuser les aides qui*

Tous droits réservés à l'éditeur

prennent en compte l'activité de l'année passée. C'est parfois injuste car l'activité d'un commerce est extrêmement aléatoire. Quant aux prêts, c'est intéressant mais il faudra les rembourser. Et si l'activité ne repart pas, cela va faire beaucoup de dégâts », précise-t-il.

Olivier Véran, le Ministre de la Santé, ayant dès le 15 mars autorisé l'ouverture « des commerces de détail de boissons en magasin spécialisé », une partie des cavistes indépendants a choisi de rester ouvert. Quant aux chaînes, elles ont suivi prudemment dans le courant du mois d'avril en imposant des règles strictes afin de limiter les contacts. « *Avec ces restrictions, la disparition des cadeaux d'entreprise et la baisse des ventes liées à des événements sociaux comme le repas d'anniversaire ou entre amis, notre activité a fortement baissé. En revanche, nos clients étaient présents avec le sentiment d'être plus en sécurité que dans un supermarché, avec en plus l'envie d'échanger et de parler* », analyse Christopher Hermelin, directeur marketing de Nicolas.

LA MISE EN PLACE DE NOUVELLES OFFRES FACE AU COVID-19

La pandémie a très rapidement joué en faveur du e-commerce. « *Sans atteindre le niveau d'un mois de décembre, les chaînes de préparation de commandes ont vu l'activité croître de 30%* », note Frédéric Lanteri, le directeur général de Dartess. Malgré le recul des envois des entreprises, Chronopost a aussi enregistré un bond de 30% de son offre Chrono-Viti grâce à la demande des particuliers. « *L'activité de Vivino, l'un de nos plus gros clients, a très rapidement bondi* », souligne Jean-Gilles Henault, directeur des ventes de l'offre Viti de Chronopost. Chez Wineandco « *les ventes ont progressé de plus de 50% avec des pointes à plus de 300 voire 400 commandes dans la journée* », assure Bernard Le Marois, directeur de Wineandco. Chez Millesima, où l'on peut traiter jusqu'à 700 commandes par jour, les ventes ont aussi explosé. L'entreprise basée à Bordeaux a choisi de lancer une offre « drive » destinée aux clients de la métropole bordelaise. Une offre qui n'a généré que quelques dizaines de commandes mais sera maintenue. « *Il faut du temps et cela marchera peut-être encore mieux une fois cette crise dernière nous. Pour l'avenir, on peut même songer à une offre de ce type à Paris mais à partir d'un stock déporté et réduit* », insiste Fabrice Bernard, le Pdg. Chez Cdiscount, qui présente 7000 références de vin en ligne, on choisit de faire profil bas. « *Nous profitons de cette période pour améliorer notre proximité avec nos partenaires historiques que sont les vignerons. En trois semaines, nous avons référencé plus d'une cinquantaine de nouveaux comptes. Ce qui est considérable à notre échelle puisque cela suppose de les déguster, négocier les conditions commerciales, puis les référencer sur le site* », assure Laurent Lacluque, directeur des achats vins & spiritueux.

Les cavistes ont également profité de la crise pour mettre en place de nouvelles offres. Comme Cash Vin, implanté en périphérie de grandes villes du Sud-Ouest, qui a transformé ses magasins en « drive call & collect », un comptoir installé à l'extérieur permettant de retirer la commande effectuée par téléphone. D'abord ouverts le matin, les magasins ont progressivement



« *Nos clients étaient présents avec le sentiment d'être plus en sécurité que dans un supermarché, avec en plus l'envie d'échanger et de parler.* »

Christopher Hermelin, directeur marketing de Nicolas

UNE FÉDÉRATION EUROPÉENNE DES CAVISTES EN DISCUSSION

L'Europe des cavistes est-elle en marche ? « *Dans le contexte actuel où les cavistes, petites entités économiques, sont très malmenés, il convient de mettre en place une entraide et une solidarité entre nous, réfléchir à la mutation de notre métier après la crise Covid-19, avoir une position de défense commune auprès des instances de l'Europe* », explique Jean Guizard, le président de la Fédération des Cavistes Indépendants. L'idée est dans l'air depuis l'assemblée générale de la FCI l'an dernier, à l'occasion de laquelle cette dernière avait invité les présidents de l'Association des Cavistes Italiens et de l'Association Italienne des Consultants en Vin. Une réunion stratégique à l'occasion de Wine Paris 2020 qui a pris la décision d'organiser un concours du meilleur caviste, d'abord en Europe et peut-être un jour dans le monde.

Tous droits réservés à l'éditeur



« *Les ventes ont progressé de plus de 50% avec des pointes à plus de 300 voire 400 commandes dans la journée.* »

Bernard Le Marois, directeur de Wineandco

augmenté les horaires d'ouverture. « *Dans l'avenir, ce nouveau mode d'achat devrait perdurer et représenter une part non négligeable de notre activité. La prise de commandes par téléphone est importante pour nous car la discussion avec le client et le conseil constituent notre ADN. En revanche, nous allons passer à un paiement en ligne afin d'avoir une transaction sécurisée* », explique Jérôme Plantey, le fondateur de l'enseigne. Un pas déjà franchi par Nicolas qui a déployé une véritable application de « call & pay » dans tous ses magasins avec un paiement sécurisé grâce à un échange de courriels entre banques. « *Cela évite d'avoir à donner son numéro de carte bancaire au téléphone. L'idée était dans l'air depuis longtemps et nous avons décidé d'accélérer* », insiste Christopher Hermelin.

LE DÉVELOPPEMENT D'INTERNET : UNE OPTION ENVISAGÉE AVEC PRUDENCE

La plupart des cavistes de centre-ville ont aussi fait la différence grâce à la livraison. « *Pendant la crise, nous avons instauré une livraison gratuite à partir de six bouteilles. Nous considérons cela comme un service qui a été pris en charge par un de nos cavistes mais économiquement cela ne tient pas* », reconnaît Laurent Crochemore, le directeur opérationnel du Repaire de Bacchus. Ce fut également le choix de la chaîne Nysa qui, dès le mois de mars, a mis sur pied un système de livraison express opéré par la jeune entreprise Stuart, filiale de la Poste, à partir de quelques magasins parisiens. « *Nous allons garder cette idée et même l'étendre à l'ensemble des magasins* », précise Louis Gad, le directeur général. Pour le caviste parisien Lavinia, qui a choisi de fermer boutique, l'activité s'est poursuivie sur le site de vente en ligne (25% de son CA grand public en temps normal) en s'appuyant sur le logisticien Gamba & Rota. Les ventes ont rapidement doublé, explique Édouard Margain, le directeur des opérations : « *Le panier était en forte augmentation, à environ 300 €, bien au-delà du franco de port qui est à 200 €.* »

Les cavistes vont-ils pour autant développer leur offre Internet ? La chaîne Nysa qui, dès 2013, avait lancé son propre site de vente en ligne, wineby6.com, l'avait fermé deux ans après. « *La bagarre sur les prix n'était pas notre dada* », reconnaît Louis Gad. D'autres sont très mesurés. Ainsi, chez le Repaire de Bacchus, les ventes ont été multipliées par six, explique Laurent Crochemore : « *Nous venions de loin et c'est pour nous l'équivalent d'une 41e boutique qui permet d'attaquer le client de province. Cela n'a d'ailleurs pas cannibalisé notre réseau francilien. Il faut toutefois faire très attention à distinguer les deux*





Tous droits réservés à l'éditeur

canaux. Car l'acheteur sur Internet cherchant d'abord un prix, il faut lui proposer des vins exclusifs ou bien des produits également vendus en boutique, sur lesquels nous sommes bien positionnés en termes de prix. » Prudence également chez Nicolas. « *Le e-commerce a fait un bond avec le confinement pour représenter le CA de 4 à 5 magasins soit 1% de l'activité totale de Nicolas. Jusqu'à présent nous n'avions pas poussé ce développement qui ne correspondait pas à notre modèle, mais l'on remarque qu'on attire une nouvelle clientèle* », analyse Christopher Hermelin.

LES PERSPECTIVES DU MULTICANAL : UN VÉRITABLE ENJEU

Au sein de la Fédération des Cavistes Indépendants qui, l'an dernier, a pris le contrôle du site Caviste Authentique, on est beaucoup plus enthousiaste. « *Le métier passera par le numérique. L'e-commerce est une formidable opportunité de développement pour des indépendants qui n'auraient pas les moyens de s'offrir un tel site et son référencement. J'ai par exemple une collègue rennaise qui possède une très belle collection de bons bordeaux et fait de belles ventes sur le site, alors qu'elle n'a pas du tout la clientèle autour d'elle. On sait en plus que le multicanal représente l'avenir car la présence sur Internet fait venir les gens en boutique. Nous venons de changer de prestataire informatique et le site va très vite monter en puissance* », assure Jean Guizard, le président. La crise devrait aussi faire évoluer le modèle économique des cavistes, assure Gérard Spatafora, cofondateur de l'agence de marketing numérique E-Studi'oz : « *Je pense que le modèle actuel du caviste est obsolète et qu'on va évoluer vers un concept offrant une expérience de dégustation au client à l'image de Signorvino en Italie, qui est à la fois une boutique, un bar et même un restaurant.* »

De leur côté, les sites de e-commerce vont aussi devoir investir massivement dans les outils permettant d'améliorer l'aide du choix du consommateur. « *Aujourd'hui, les sites dépensent beaucoup d'argent dans le référencement pour faire progresser le trafic alors que le taux de conversion reste inférieur à 1%. Le principal enjeu pour les e-commerçants c'est désormais l'aide au choix pour inciter le client à passer à l'acte d'achat* », assure Thomas Dayras, cofondateur de Matcha, une jeune entreprise qui a développé un *chatbot*, sorte de sommelier virtuel aidant le consommateur à trouver la bouteille qui lui convient. Selon Fabrice Bernard, cette crise, dont l'issue est très incertaine, va durer : « *On a très peu de visibilité sur la sortie de cette épreuve. Une chose est sûre, il faudra rester aussi agile pour la sortie de crise que nous l'avons été pour l'entrée.* » ■



Tous droits réservés à l'éditeur

L'OFFICIEL DE LA FRANCHISE
LE MENSUEL DE LA FRANCHISE ET DES RÉSEAUX COMMERCIAUX
Pays : FR
Périodicité : Mensuel



Date : Mai - juin 2020
Page de l'article : p.14-17
Journaliste : Camille Boulate

DOSSIER SPÉCIAL : LA FRANCHISE EN TEMPS DE CRISE

ACCOMPAGNEMENT DES FRANCHISÉS
Comment les enseignes

Depuis le 15 mars, l'activité économique est à l'arrêt et toutes les enseignes sont confrontées à une forte baisse de leur chiffre d'affaires voire à l'arrêt total de leur activité. Au sein des réseaux, la première urgence a été de s'organiser. Témoignages.

Camille Boulate

Début mars, la vie économique suivait son cours. En moins de sept jours, les décisions prises par le gouvernement afin d'endiguer la propagation du coronavirus ont mis l'activité économique à l'arrêt. Depuis le dimanche 15 mars, l'ensemble des entreprises, restaurants et commerces considérés comme non-essentiels ont dû baisser le rideau. Une décision forte et nécessaire pour empêcher le Covid-19 de s'étendre davantage au sein de la population, mais qui a des conséquences importantes au sein des réseaux et auprès de leurs franchisés. *L'Officiel de la Franchise* a voulu savoir comment les enseignes géraient cette crise totalement inédite et accompagnaient leurs franchisés. Durant les premières semaines du confinement, nous avons échangé avec une dizaine de réseaux, issus de plusieurs secteurs d'activité. Tous nous ont fait part du caractère inédit de la situation et de la difficulté à prendre la décision la moins impactante possible pour la suite. En effet, si l'ensemble des activités étaient concernées par la fermeture actée par le gouvernement, certaines enseignes étaient en mesure de rester ouvertes. C'est le cas du secteur de la restauration qui a été autorisé à conserver durant tout le confinement une activité partielle par l'intermédiaire des commandes à emporter ou la livraison.

GÉRER LES FERMETURES

Toutefois, plusieurs enseignes ont fait le choix de fermer tous les points de vente en propre et préconisé fortement la même chose à leurs partenaires franchisés. C'est le cas notamment du jeune réseau Bioburger qui admet : *"Il y a eu une période d'incertitude avec des situations qui évoluaient heure par heure,* constate Louis Frack, le co-fondateur de l'enseigne. *Notre première décision fut de suivre ce que le gouvernement indiquait et de fermer les restaurants au public mais de conserver la vente à emporter et la livraison en créant notamment une zone neutre dans laquelle on laissait les commandes pour qu'il n'y ait aucun contact avec les livreurs ou les clients."* Toutefois, dès la seconde allocution d'Emmanuel Macron, lundi 16 mars, la jeune enseigne a fait le choix de fermer totalement ses quatre restaurants tenus en succursale et a conseillé la même chose aux quatre points de vente gérés par des franchisés. *"Nous nous sommes aperçus qu'il était compliqué, selon les typologies de nos restaurants, de maintenir les mesures barrières fondamentales, comme rester à 1 mètre de distance. Pour une question de clarté, nous avons donc pris la décision de cesser l'activité de nos succursales et avons fait part de notre position à nos franchisés,* détaille Louis Frack. *Tous ont eu la même démarche, sauf un franchisé dont le restaurant permet de respecter toutes les mesures de sécurité*



Tous droits réservés à l'éditeur

L'OFFICIEL DE LA FRANCHISE
LE MENSUEL DE LA FRANCHISE ET DES RÉSEAUX COMMERCIAUX
Pays : FR
Périodicité : Mensuel

Date : Mai - juin 2020
Page de l'article : p.14-17
Journaliste : Camille Boulate



ont-elles géré la crise ?



sanitaire nécessaires et qui poursuit donc son activité en livraison et à emporter." La même philosophie a été adoptée par la quasi-totalité des réseaux de restauration que nous avons interrogés. Memphis ou encore Pizza Cosy ont notamment fait le choix de cesser totalement leur activité. *"Notre stratégie a évolué de minute en minute, c'est certain. Au départ, comme beaucoup d'enseignes, nous avons fait le choix de conserver les restaurants ouverts à la livraison en appliquant des règles sanitaires strictes,* insiste Jonathan De Sanctis, co-dirigeant et directeur du réseau Pizza Cosy. *Mais dès lundi, un sentiment général de peur a commencé à émerger de la part de nos franchisés et de leurs salariés. Et nous avons pris la décision commune de fermer nos 24 points de vente." "On ne peut pas imposer le confinement à tout le monde et conserver une activité, même partielle"*, estime de son côté Philippe Roux, directeur général de Memphis. Au sein du réseau La Mie Câline, sur les quelques 230 boutiques que compte l'enseigne, à peine 80 ont décidé de fermer leurs portes. *"Les autres ont une activité partielle et ont réduit les horaires d'ouverture. Nous avons constaté une chute brutale du chiffre d'affaires d'environ 60 % sur l'ensemble du réseau. La vente fonctionne très bien le matin mais, avec le confinement, le temps du midi avec les sandwichs et le celui du goûter se sont effondrés"*, détaille David Giraudeau, directeur général de l'enseigne.

JEU D'ÉQUILIBRISTE

Pour d'autres réseaux, malgré l'autorisation d'exercer totalement leur activité, la décision de fermer s'imposait. Le Groupe Afflelou a notamment fait ce choix. Le président directeur général Didier Pascual confie en effet que *"faire du chiffre d'affaires n'est pas un sujet au vu de la situation. Dès dimanche 15 mars, nous avons pris la décision de fermer toutes nos succursales et avons conseillé à nos franchisés de faire de même. Tous ont suivi nos préconisations. Notre responsabilité est de veiller à la sécurité de nos collaborateurs avant tout"*, insiste-t-il. Au sein du réseau de cavistes Nicolas, ce fut la même philosophie. Dès l'annonce du confinement, l'enseigne a fait le choix de fermer ses 500 établissements. *"D'abord parce qu'il y avait un vrai flou concernant notre activité. Nous avons eu la confirmation le*

Tous droits réservés à l'éditeur

L'OFFICIEL DE LA FRANCHISE
LE MENSUEL DE LA FRANCHISE ET DES RÉSEAUX COMMERCIAUX
Pays : FR
Périodicité : Mensuel

Date : Mai - juin 2020
Page de l'article : p.14-17
Journaliste : Camille Boulate

lundi 16 mars que nous étions considérés comme un commerce alimentaire essentiel, mais nous avons maintenu notre décision de fermer nos points de vente, explique Christopher Hermelin, chief marketing officer de Nicolas. *Tout simplement parce que c'est la première fois que nous vivons une crise sanitaire de cette ampleur et que nous nous interrogions sur les meilleurs moyens à déployer pour assurer la sécurité de nos collaborateurs mais aussi de nos clients. Nous nous sommes dit que cela serait plus simple d'y réfléchir, à tête reposée, avec tous les points de vente fermés. Il est très difficile d'être dans l'action et la réflexion."* Le réseau a profité de cette période de fermeture pour élaborer une stratégie et mettre en place un plan de sécurité sanitaire (accueil d'un client à la fois dans la boutique, balisage au sol pour respecter les normes de distanciation sociale, paiement en carte bleue uniquement...). Dès le 1er avril, plusieurs boutiques ont ainsi rouvert leurs portes et en quinze jours 350 points de vente étaient de nouveau opérationnels. *"Il était important de rouvrir dans les meilleures conditions"*, confie Christopher Hermelin. Conserver une activité était important également pour le groupe Oui Care, développant notamment l'enseigne de services à la personne O_2. Le tout en assurant la sécurité des collaborateurs et notamment des intervenants se rendant au domicile des clients. *"Toutefois, il ne faut pas céder à la panique. Il y a plein d'acteurs économiques qui, cédant à la panique, ont décidé de tout arrêter. C'est totalement irresponsable,* estime Guillaume Richard, dirigeant et fondateur du groupe Oui Care. *Il est clair que c'est de notre responsabilité de lutter contre la propagation du virus. Il n'y a aucun débat là-dessus. En revanche, c'est aussi de notre responsabilité de continuer notre activité si nous le pouvons et que les mesures sanitaires sont respectées. C'est un comportement civique et citoyen de limiter, comme on le peut, l'impact économique de cette crise."* Un avis partagé par Louis Frack mais qui admet *"être entre deux feux. D'un côté vous avez la responsabilité de la participation économique au pays et de l'autre la responsabilité sanitaire. Les deux enjeux se télescopent et ne sont pas compatibles. J'aurais aimé que, sur notre secteur d'activité, le gouvernement soit plus clair en indiquant, par exemple, que nous étions une activité essentielle pour l'économie ou a contrario qu'il était trop complexe d'assurer le respect des gestes barrière. C'est donc un vrai jeu d'équilibriste. Quoi qu'il en soit, en tant que chef d'entreprise, j'ai pris mes responsabilités en préservant mes salariés et il n'y a pas de débat à avoir, ni de critiques à recevoir de quiconque"*, confie-t-il.

ACCOMPAGNEMENT POUSSÉ

Et qu'importe la décision qui a été prise par les différents réseaux, tous s'accordent à dire que la phase la plus importante et peut-être la plus périlleuse réside dans l'accompagnement des franchisés. *"Notre objectif reste que l'on n'ait aucune fermeture de restaurants après cette crise. Donc nous déployons des actions afin de mesurer le taux de risque de nos franchisés. Par exemple, nous envisageons de mettre en place une cagnotte solidaire, abondée par la tête de réseau, afin d'aider les partenaires qui sont le plus en difficulté en matière de trésorerie"*, détaille Jonathan de Sanctis. Tous les réseaux nous ont indiqué accompagner également leurs partenaires d'un point de vue administratif afin de les aider à effectuer les démarches auprès du gouvernement (chômage partiel, suspension des charges, etc.) mais aussi pour négocier une suspension du loyer avec les bailleurs. Outre l'accompagnement administratif, les enseignes déploient un soutien financier, chacune à sa manière. *"J'ai d'ores et déjà demandé à mes licenciés de ne pas me verser les royalties pour les mois de mars et avril. C'était important de leur montrer qu'ils ne sont pas seuls pour gérer cette crise"*, souligne Grégory Regouby, président et co-fondateur du réseau d'avis client Plus que Pro. Du côté du réseau de home-staging Avéo, la réflexion est identique. *"Sans tout supprimer, nous avons déterminé la redevance minimum dont a besoin la tête de réseau pour couvrir les charges, qui seront elles-mêmes allégées par les différentes mesures gouvernementales. Nous ne sommes pas un grand groupe et le siège a également ses propres fragilités financières. Mais bien entendu nous avons adapté le seuil de la redevance"*, détaille Sylvain Rey, dirigeant de l'enseigne. *"Suspendre les royalties mettrait la tête de réseau en difficulté,* abonde Guillaume Richard. *Mais évidemment nous*



Tous droits réservés à l'éditeur

L'OFFICIEL DE LA FRANCHISE
LE MENSUEL DE LA FRANCHISE ET DES RÉSEAUX COMMERCIAUX
Pays : FR
Périodicité : Mensuel

Date : Mai - juin 2020
Page de l'article : p.14-17
Journaliste : Camille Boulate

accompagnerons nos franchisés, notamment ceux qui viennent de s'installer et qui sont généralement les plus fragiles." Si d'autres enseignes ont pu facilement conserver une activité à distance, à l'instar d'Helen Doron English, c'est également grâce au soutien et à l'anticipation de la tête de réseau. *"Nous avons de la chance d'être un groupe mondial qui, au vu de ce qui se passait en Chine et en Italie, a pu déployer tous les outils nécessaires pour effectuer les cours à distance via les classes virtuelles"*, insiste Elisabeth Ruelle Megrelis, master-franchisée pour la France.

GARDER LE LIEN

Durant cette période d'inactivité, l'autre défi majeur pour les enseignes fut de conserver le lien avec les différents partenaires sur le terrain. Tous les réseaux nous ont confié organiser des conférences téléphoniques plusieurs fois par semaine afin de tenir les franchisés informés des décisions gouvernementales. *"C'est important pour un franchiseur d'être en contact direct avec ses franchisés et de s'assurer qu'ils aient les bonnes informations pour effectuer toutes les démarches nécessaires au maintien de leur activité"*, précise David Giraudeau. D'autres enseignes ont fait le choix de proposer des formations. Un moyen qui peut en effet être efficace pour conserver le lien avec les partenaires sur le terrain. *"Nous proposons à nos partenaires deux modules de formation par jour pour qu'ils gardent le rythme et puissent monter en compétences"*, insiste Grégory Regouby. Du côté de Pizza Cosy, la philosophie est la même. L'ensemble des franchisés a bénéficié d'outils et de formation à distance. *"Proposer des formations est essentiel pour aider nos partenaires à prendre de la hauteur sur une situation compliquée. Nous avons également organisé des sessions d'échanges entre les candidats qui souhaitent nous rejoindre et les franchisés"*, explique Jonathan De Sanctis. Pour le moment, la sortie de crise semble encore loin et nos interlocuteurs nous ont confié que la reprise risque de prendre du temps. *"Il va clairement falloir être en capacité de redémarrer. Cela va être un gros challenge. Le collectif va être extrêmement important"*, assure Stéphane Lagneaux, directeur du réseau ISOcomble. *"L'avantage, s'il y en a un, d'une crise comme celle-ci, reste qu'elle permet de mesurer la qualité de la relation que l'on a avec ses franchisés. Il y a une solidité relationnelle et une compréhension réciproque qui ont émergé. C'est très émouvant et très important en tant que tête de réseau"*, conclut David Giraudeau.





Tous droits réservés à l'éditeur

VSB
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : 04 juin 2020
Page de l'article : p.2
Journaliste : IP

■ ENTREPRISES

La Maison Bougrier a limité les pertes liées à la crise et vise toujours la HVE

« Nous avons pu maintenir à 100 % nos capacités de production pendant le confinement, bien que nous ayons diminué nos effectifs en intérim », indique Nicolas Bougrier, directeur commercial de la maison de négoce familiale Bougrier. Basée en Loir-et-Cher, l'entreprise possède quatre vignobles et trois vendangeoirs en Val de Loire. « En grande distribution, nous avons enregistré une baisse de nos volumes, mais à l'export, nos expéditions se sont poursuivies vers l'Europe, les Etats-Unis, la Russie. En CHR, nous sommes assez peu présents, ce qui a été une chance. La réouverture dès avril des magasins Nicolas, avec qui nous travaillons beaucoup, a été un soulagement. Les rosés et les blancs restent en tête de nos ventes », poursuit Nicolas Bougrier. La maison a récemment dévoilé le nouveau packaging de sa gamme Cépages et planté du sauvignon. Et le Covid-19 n'a pas remis en cause l'objectif de décrocher la HVE. « Nous allons faire certifier en 2021 l'ensemble de nos domaines et de nos vendangeoirs, nos démarches sont en cours », annonce le directeur commercial. *(IP)*

Tous droits réservés à l'éditeur



CORPORATE

DRIVE PIETON

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins





NICOLAS LANCE UN SERVICE DE CONSEIL ET DE PAIEMENT PAR TÉLÉPHONE

L'enseigne de cavistes Nicolas, dont la réouverture progressive des magasins a débuté le 1er avril dernier, franchit une nouvelle étape dans la « distanciation physique » et les mesures de précaution sanitaire en proposant à ses clients d'être conseillés et de payer par téléphone. Les moins inquiets n'ont plus qu'à se rendre en magasin pour récupérer leur commande, alors que les plus méfiants, eux, peuvent être livrés à domicile ou chez un tiers. ■ *H.B.*



Tous droits réservés à l'éditeur



CORPORATE

PROGRAMME GREEN

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

DÉCISION BOISSONS
La Lettre business des décideurs du monde des liquides

Date : 18/06/2020
Heure : 08:02:46

decisionboissons.fr
Pays : France
Dynamisme : 5

Visualiser l'article

Caviste | Nicolas incite à acheter écoresponsable

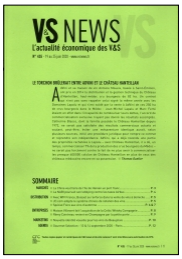
L'enseigne Nicolas a lancé un programme visant à récompenser les achats écoresponsables dans ses magasins. Pendant tout le mois de juin, les clients qui achètent des vins de la gamme Engagée ou qui adoptent des comportements plus responsables en matière d'achat (retrait de commande par le drive piéton, achat d'un sac papier, retour de bouteilles consignées…) bénéficieront d'avantages « green » sur des activités culturelles, touristiques ou sportives « vertes ».

Articles avec accès abonnés: https://decisionboissons.fr/blog/nicolas-incite-%C3%A0-acheter-%C3%A9coresponsable/

Tous droits réservés à l'éditeur

V&S news
L'essentiel de l'actualité économique des Vins & Spiritueux

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : Du 19 au 25 juin 2020
Page de l'article : p.5
Journaliste : H.B.

Nicolas encourage les achats écoresponsables

FRANCE

Depuis le 1er juin dernier et jusqu'à la fin du mois, les clients Nicolas qui achètent des vins de la gamme engagée et/ou qui adoptent des comportements plus responsables (retrait des commandes en *drive* piéton, sac de courses personnel ou achat d'un sac en papier Nicolas, retour des bouteilles consignées) peuvent espérer être récompensés d'une activité culturelle, touristique ou sportive tout aussi « green ». Au programme : randonnées pédestres, cueillettes, ateliers de jardinage et même, nuits dans un *écolodge*. La nature de la récompense dépend à la fois du montant des dépenses [avec un minimum de 20 €, ndlr] et de la fréquence des achats. ■ ***H.B.***

Tous droits réservés à l'éditeur





En juin, le caviste Nicolas récompenses ses clients "eco-responsables"

SYLVIE LEBOULENGER | BOISSONS, BOISSONS ALCOOLISÉES, NICOLAS

PUBLIÉ LE 16/06/2020

Du 1er au 30 juin, le caviste Nicolas (groupe Castel) fait bénéficier ses clients d'avantages « green ». Un programme qui porte sur la marque Engagée et sur Ricard Bio. Voici comment.



Le caviste Nicolas souhaite rajeunir sa clientèle avec un programme récompensant les achats éco-responsables. © Fotolia

A partir du 1er juin et jusqu'au 30 juin, les clients du caviste Nicolas qui achètent des vins signés Engagée ou un Ricard Bio peuvent bénéficier d'avantages "green". Ce programme, le premier de la profession, selon Nicolas, débute avec une opération spéciale : une activité culturelle, touristique ou sportive "green" est ainsi offerte à partir de 20 euros dépensés en achat de vins de la gamme Engagée Nicolas ou pour l'achat d'une bouteille de Ricard bio amande ou citron. Outre de booster les ventes sur ces deux marques, l'une maison, l'autre appartenant au groupe Pernod Ricard, l'enseigne de cavistes cherche ainsi à rajeunir sa cible en se différenciant de ce qui existe. Imaginé par l'agence TLC marketing, ce programme vise également à rappeler l'engagement de l'enseigne Nicolas pour une viticulture durable et qui répond à la « conscience écologique croissante des consommateurs », souligne Nicolas dans un communiqué de presse.

Encourager une consommation verte

En effet, la proportion de Français qui déclarent faire de plus en plus attention aux conséquences que pourraient avoir sur leur santé et sur la planète les produits qu'ils achètent est de plus en plus importante. Elle a atteint 82% en 2019, selon une étude SocioVision de l'Ifop. Le programme imaginé pour Nicolas récompense les clients selon le montant et la fréquence de l'achat responsable. Le client cumule des points verts qui lui permet de recevoir par la suite un mail avec un code cadeau pour une activité. "Nous

Tous droits réservés à l'éditeur

sommes fiers de proposer ce programme unique dans la filière des vins et spiritueux et d'encourager une consommation et des comportements plus responsables. Nous avons traversé 200 ans d'histoire, 200 années durant lesquelles Nicolas a su s'adapter aux époques qui changent, aux attentes des clients qui évoluent, aux besoins et priorités de la société. (..)", explique Christopher Hermelin, chargé de la communication et du marketing chez Nicolas.

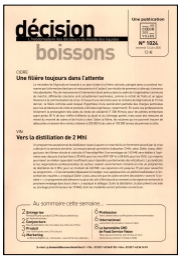
Ce caviste aux 558 caves récompense d'autres actions éco-responsables, comme un retrait de commande par le drive piéton, l'apport de son sac personnel, l'achat d'un sac papier ou le retour de bouteilles consignées. L'idée est de leur proposer des activités et expériences green, comme des randonnées, visites en extérieur, cueillettes, atelier de jardinage ou encore des nuits dans un éco-lodge. Ces activités sont proposées par le partenaire Réseau National Loisirs qui couvre tout le territoire.

Voici les étapes de ce programme :

1. Le client achète pour 20 euros de vins sous la marque Engagée ou un Ricard bio chez son caviste ou sur le site de Nicolas.
2. Le client se rend sur le site www.nicolas-greendans les 30 jours suivant l'achat. Il renseigne ses coordonnées et télécharge la photo de son ticket de caisse.
3. Si la participation est valide, il reçoit un mail sous 10 jours ouvrés avec son code cadeau pour une activité green.

Tous droits réservés à l'éditeur

DÉCISION boissons
L'hebdomadaire des décideurs du monde des liquides
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : 12 juin 2020
Page de l'article : p.5

L'enseigne **Nicolas** a lancé un programme visant à récompenser les achats écoresponsables dans ses magasins. Pendant tout le mois de juin, les clients qui achètent des vins de la gamme Engagée ou qui adoptent des comportements plus responsables en matière d'achat (retrait de commande par le drive piéton, achat d'un sac papier, retour de bouteilles consignées...) bénéficieront d'avantages « green » sur des activités culturelles, touristiques ou sportives « vertes ».

Tous droits réservés à l'éditeur

www.franchise-magazine.com
Pays : France
Dynamisme : 1

Visualiser l'article

Retour à la normalité chez Nicolas

Le réseau caviste Nicolas, qui a rouvert ses points de vente début avril après une période de fermeture, a lancé de nouveaux programmes promotionnels. er



Après sa foire aux vins fin mai, *Nicolas* propose, pendant tout le mois de juin, à ses clients qui achètent un minimum de vins de sa gamme Engagée ou une bouteille de Ricard bio de bénéficier d'avantages « green », en coopération avec le Réseau National Green, qui propose près de 600 activités à l'échelle nationale. Parmi celles-ci des activités nature (balade à cheval, balade en raquettes, char à voile, escalade, marche nordique), des ateliers « do-il-yourself » (bricolage, ateliers créatifs, composition florale…) et des ateliers responsables (zéro déchet, recyclage, tri, compost, anti gaspillage, décoration). Avec ce nouveau programme, *Nicolas* veut marquer le retour à la normalité et affirmer, en même temps, l'engagement de la marque pour une **viticulture plus durable** et respectueuse de l'environnement.

Jouer la carte de la sécurité

Nicolas a rouvert progressivement son réseau à partir de début avril. En effet suite à l'annonce du confinement mi-mars, et malgré l'autorisation de poursuivre l'activité accordée à un certain nombre de commerces essentiels, dont ceux relevant de l'alimentation, l'enseigne caviste avait décidé de fermer pour des raisons de sécurité ses 500 points de vente sur toute la France, l'activité de livraison en ligne étant seule poursuivie. Pendant cette période, le réseau s'est mobilisé pour mettre en place un plan de sécurité, permettant une réouverture sécurisée, permettant de protéger au mieux les clients et les responsables de magasins, dont une petite partie est **franchisée** .

Ce plan a été testé pendant près d'une semaine par des **magasins volontaires** . Affiché en magasin et mis en avant sur les écrans digitaux, afin que la clientèle en prenne connaissance avant d'entrer, il a pour objectif principal de supprimer tous contacts physiques entre les cavistes et leurs clients. Parmi les mesures prises : un seul client à la fois est autorisé à entrer dans le magasin ; la porte du magasin est ouverte et fermée uniquement par le caviste ; les clients ne doivent pas toucher aux bouteilles et accéder aux rayons ; seuls les paiements par carte bancaire seront acceptés. Et bien sûr, une distance d'un mètre entre le client et le

Tous droits réservés à l'éditeur

www.franchise-magazine.com
Pays : France
Dynamisme : 1

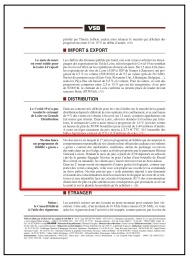
Visualiser l'article

caviste doit être respectée. Ces mesures, qui ont permis une reprise rapide et en bon ordre de l'activité, ont été bien comprises par une clientèle en grande partie fidélisée.

Tous droits réservés à l'éditeur

VSB
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : 04 juin 2020
Page de l'article : p.6
Journaliste : IB

Nicolas lance un programme de fidélité « green »

Nicolas innove en lançant le 1er juin un programme de fidélité qui récompense le comportement responsable de ses clients en leur offrant des cadeaux eux-mêmes « green » comme des randonnées, cueillettes, atelier de jardinage ou encore des nuits dans un éco-lodge, toutes activités proposées par le partenaire Réseau National Loisirs. Pendant le mois de juin, à partir de 20 € dépensés en achat de vins de la gamme Engagée Nicolas ou pour l'achat d'une bouteille de Ricard Bio (citron ou amande), les clients qui s'inscrivent recevront un bon cadeau.
Dans un 2e temps seront récompensés d'autres gestes écologiques, comme rapporter des verres consignés, venir avec son propre sac ou enlever sa commande au drive piéton. Nicolas précise que « cette première répond à une demande croissante des consommateurs dont la conscience écologique ne cesse de se renforcer et sera intensifiée face aux récents évènements. 82 % des consommateur disent faire de plus en plus attention aux conséquences que pourraient avoir sur la santé et sur la planète les produits qu'ils achètent ». *(IB)*

Tous droits réservés à l'éditeur



MENTIONS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

www.terredevins.com
Pays : France
Dynamisme : 3

Visualiser l'article

Concours du Meilleur Caviste de France : les 40 qualifiés



Retenus pour la prochaine étape de qualifications, qui se tiendra le lundi 14 septembre 2020 au sein de La Maison de champagne Canard-Duchêne, ces 40 cavistes ont brillamment passé l'épreuve de pré-sélection, qui s'est tenue en ligne lundi 22 juin dernier . Les candidats ont été interrogés sur leur expertise en matière de vins, spiritueux et autres alcools de qualité, sur la bonne tenue d'un commerce spécialisé, et jugés sur la pertinence de leurs conseils.

Les 40 cavistes sélectionnés pour les qualifications sont, par ordre alphabétique :

Monsieur BALL Philippe : La Cave des Anges – 67480 FORSTFELD

Madame BARDI Laetitia : Plaisirs du Vin La Rochelle – 17138 PUILBOREAU
Monsieur BATTAULT Jeremie : Cave Nicolas Clermont-Ferrand – 63000 CLERMONT-FERRAND
Monsieur BERLIE Yoann : La Dolia – 34170 CASTELNAU LE LEZ
Madame BOHR Mélanie : Cave Nicolas Belfort – 90000 BELFORT

Madame BRASSART Flore : La Cave, SARL CHATHO – 59290 WASQUEHAL

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Monsieur CANASTREIRO Arnaud : Conroy Vins et Spiritueux – 74700 SALLANCHES
Monsieur CHETAIL Sébastien : Le Mouton Rouge – 74120 MEGEVE

Monsieur CHUTAUX Aurélien : Les Vins d'Aurélien – 59800 LILLE

Monsieur COUWENHOVEN Jordi : Le Sourire au pied de l'échelle – 75011 PARIS
Monsieur D'AMBROSIO Michael : Le Vignoble – 76270 NEUFCHATEL-EN-BRAY
Monsieur DE CASTRO Xavier : Cave Bournigault – 44150 ANCENIS

Monsieur DESILLES Arnaud : La Cave de Piré 35150 PIRE SUR SEICHE
Monsieur ESCALIER Laurent : LES VINS EN SCENE – 76200 DIEPPE
Monsieur ESNAULT Eric : Le Vin des Alpes – 38000 GRENOBLE

Monsieur FARETRA Denis : Cave Nicolas Grasse – 06130 GRASSE
Madame GOBIN Angeline : Les Couleurs du Vignoble – 35360 MONTAUBAN DE BRETAGNE
Monsieur GUILLET Sylvain : Aux Grands Vins de France – 34000 MONTPELLIER
Monsieur HUGOT Leny : Cave Nicolas Avignon centre – 84000 AVIGNON

Monsieur LEININGER Jonathan : La Vignery – 67590 SCHWEIGHOUSE SUR MODER
Monsieur LEPAGE Julien : La Vignery – 78100 SAINT-GERMAIN-EN-LAYE
Monsieur LEROY Jean-Philippe : Vinothentik – 26120 CHABEUIL

Monsieur LESEUL Olivier : Cavavin CHELLES 77500 CHELLES
Madame LIENHART Anne : Pépites de Vin – 67240 BISCHWILLER
Monsieur MENARD Emmanuel : Terroir Dit Vin – 14700 FALAISE
Monsieur MONIER Jean-Charles : Cave Nicolas Lyon Jacobins – 69002 LYON
Monsieur MORIN David : La Cave de Villiers sur Marne – 94350 VILLIERS SUR MARNE
Monsieur MOULIS Francis – Cave Nicolas Jacobins – 69002 LYON
Monsieur NAUDOT Franck : Les Caves Naudot – 03700 BELLERIVE SUR ALLIER
Monsieur OBER Jérémy : La Rue du Vin – 57350 STIRING WENDEL
Monsieur ORSET Patrice : Cave Nicolas – 34000 MONTPELLIER
Madame PERRET Léa : Cave Nicolas – 69002 LYON
Monsieur POTIN Matthieu : La Vignery – 78100 SAINT GERMAIN EN LAYE
Monsieur POTTIER Marc : Cave Henri IV – 61200 ARGENTAN
Monsieur PROFIT Stéphane : Agrappa la cave – 92700 COLOMBES
Monsieur ROCHE Sylvain : Les vins de Sylvain – 42300 ROANNE
Monsieur THIBAUT Olivier : La Treille d'or – 75014 PARIS
Monsieur URRUTIA Federico : Le Repaire de Bacchus – 75018 PARIS
Monsieur VIDARTE Richard : Cave Nicolas – 91160 SAULX LES CHARTREUX
Monsieur ZAOUK Alexis : La Cave d'Alex – 92000 NANTERRE

Liste d'attente (en cas de désistement d'un des qualifiés cités ci-dessus) :
Madame ZANNA Johane : Le Vin des Alpes – 38000 Grenoble
Monsieur COLIN Serge : Le Repaire de Bacchus De Maistre – 75018 Paris
Monsieur CARDOSO Daniel : La Clef des Vins – 81000 ALBI

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

A l'issue des qualifications, seuls huit cavistes accéderont à la grande finale, qui se tiendra le lundi 19 octobre à Paris.

meilleurcavistedefrance.fr

Ils sont partenaires du Concours du Meilleur Caviste de France :

Tous droits réservés à l'éditeur

■ SUD RADIO (27/06/20 à 12:30 | 00:27:57) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.





Date : Juin 2020
Page de l'article : p.10-15
Journaliste : Claudine Galbrun

ENQUÊTE

CONSIGNE DU VERRE : RETOUR VERS LE FUTUR ?



© iStock

D'évidence, il est bien loin le temps où d'aucuns rapportaient leur litre en verre étoilé à l'épicier du quartier en échange de quelques piécettes. Cette pratique, tombée en désuétude, renaît dans une société qui croule sous ses déchets. Mais ce retour de la consigne est-il bien adapté au secteur du vin ? Certains professionnels en doutent. Ce qui n'empêche pas les initiatives locales de se multiplier pour relancer une filière parée, aux yeux des convaincus, de multiples vertus écologiques.

par Claudine Galbrun

« Ma bouteille s'appelle reviens ! » : le ton est donné. C'est le message clair et direct porté par l'association Locaverre qui propose, dans la Drôme et dans l'Ardèche, des services de collecte et de lavage des bouteilles aux brasseurs et producteurs de jus de fruits et de vin. Et des initiatives de ce type fleurissent un peu partout en région : Bout' à Bout en Pays de Loire, La consigne de Provence dans le Sud-Est, Jean Bouteille dans le Nord, J'aime mes bouteilles

Tous droits réservés à l'éditeur

dans le Jura, Luz Environnement dans le Bordelais... Plutôt que de casser pour recycler, mieux vaut laver et réemployer, plaident ces différents acteurs qui se retrouvent au sein de Réseau Consigne, une association qui fédère collectivités, professionnels et porteurs de projets, et qui bénéficie du soutien de l'Ademe (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie). Selon celle-ci, le dispositif de la consigne présente un bilan environnemental et un coût sur l'ensemble du cycle de vie plus avantageux que les systèmes utilisant une bouteille en verre à usage unique. Sous certaines conditions toutefois, précise l'agence.

UNE PRATIQUE PLÉBISCITÉE PAR LES CONSOMMATEURS ET LES POUVOIRS PUBLICS

Les paramètres clés de la performance sont le nombre de réutilisations des bouteilles, le transport de ces dernières et les performances du lavage. L'Ademe estime néanmoins qu'il s'agit là d'une pratique à généraliser « *pour en démultiplier les bénéfices* » et considère que les porteurs de projets, tels ceux réunis au sein de Réseau Consigne, sont les premiers à pouvoir engager une véritable dynamique. Et pour que le bilan écologique de la consigne reste supérieur à celui du recyclage, Réseau Consigne encourage la création de structures régionales, explique Alice Abbat, chargée de son animation. « *On estime que les bouteilles ne doivent pas être éloignées de plus de 250 km du centre de lavage. Une distance qui peut toutefois s'allonger en fonction du nombre de réutilisations des bouteilles.* » Avec ces entreprises pionnières, sonnerait donc le retour de la consigne pour réemploi des bouteilles en verre. D'autant que les consommateurs le plébisciteraient. Selon une étude de l'Ademe, 88% d'entre eux y seraient favorables et une pétition en ligne pour un rétablissement de la consigne en France avait recueilli en novembre dernier plus de 240 000 signatures. Un retour que souhaitent d'ailleurs également les pouvoirs publics. Avec une certaine timidité, toutefois, que regrette le Réseau Consigne. Le projet de loi anti-gaspillage pour une économie circulaire, porté par Brune Poirson, secrétaire d'État auprès de la ministre de la Transition écologique et solidaire, et adopté le 19 décembre dernier, prévoit en effet un objectif national visant à augmenter la part des emballages réemployés et fixant celle-ci à 5% d'ici 2023 et à 10% d'ici 2027, sachant que cet objectif concernerait tous les emballages et pas seulement ceux en verre. Les décrets d'application pourraient ensuite déterminer des objectifs sectoriels par type d'emballage. À noter que dans un premier temps, il avait été prévu de porter cette part d'emballages réemployés à 35%.

DES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES NATIONALES HOSTILES

Lors des discussions parlementaires autour de l'article de ce projet de loi, qui traitait justement de la part à attribuer aux emballages réutilisés, certains députés ont argué du fait qu'instaurer des objectifs de réemploi, en l'occurrence de bouteilles en verre, serait totalement inadapté à un produit tel que le vin, reprenant en cela les arguments avancés notamment par les VIF (Vignerons Indépendants de France). « *Le vin fait l'objet d'un commerce national et international. Comment alors envisager le retour de la bouteille de son lieu de consommation vers sa région de production ?* », se demande Jean-Marie Fabre, président des VIF. Et d'ajouter : « *En plus des coûts environnementaux et économiques que cela induirait, nous serions conduits à standardiser la forme des bouteilles. Or, le packaging de la bouteille est crucial si l'on veut se différencier de la concurrence. Ce serait totalement contre-productif et réduirait à néant tous les efforts de commercialisation que nous avons*



« On estime que les bouteilles ne doivent pas être éloignées de plus de 250 km du centre de lavage. Une distance qui peut toutefois s'allonger en fonction du nombre de réutilisations des bouteilles. »

Alice Abbat, chargée de l'animation de Réseau Consigne

Tous droits réservés à l'éditeur

« Selon une étude de l'Ademe, 88% des consommateurs seraient favorables à la consigne. »

faits depuis des années. Nous avons besoin d'être agressifs sur le plan marketing. Enfin, nous considérons que les objectifs en matière d'économie circulaire avec le verre sont déjà atteints puisque 86% du verre est actuellement recyclé. » Tous ces avis sont largement partagés par les Vignerons Coopérateurs de France. « *Le retour de la consigne est effectivement inadapté à la filière vin*, estime Anne Haller, directrice des Vignerons Coopérateurs de France. *Cela ne peut être envisageable que pour de petits volumes puisque nous ne consommons pas en local toute la production française. De plus, d'un point de vue environnemental, avec le verre, nous ne sommes pas les plus mauvais élèves de la classe. On peut également rappeler les efforts que mène la filière pour réduire le poids des bouteilles. Et plutôt que de s'attacher à mettre en place un système de consigne, mieux vaudrait trouver des solutions convaincantes pour recycler les BIBs.* »



DES INTERPROFESSIONS RÉGIONALES PLUTÔT CONVAINCUES

Les inquiétudes quant à un éventuel retour de la consigne que manifestent ces organisations professionnelles nationales ne sont pas partagées en région, au niveau des interprofessions notamment. Bien au contraire. « *Nous y sommes très favorables*, indique Christophe Château, directeur de la communication du CIVB. *C'est le sens de l'histoire. Certes, il y a des contraintes, mais on ne peut pas être contre des mesures favorables à l'environnement, telle la consigne qui permet d'économiser de la matière première.* » Et cette nette différence d'appréciation entre organisations nationales et structures régionales, Brice Eymard, directeur du CIVP, l'explique par le fait que les premières ne retiennent que les contraintes liées à la consigne tandis que les secondes en font un enjeu d'image. « *En Provence, nous poussons nos vignerons à aller vers le bio ou la HVE. Prolonger la durée de vie des bouteilles s'inscrit dans ce cercle vertueux du respect de l'environnement et pourrait accompagner la montée en gamme de nos vins.* » Certes, il reconnaît que pour les vins exportés, un tel dispositif serait très compliqué à mettre en œuvre. « *La consommation locale représente environ un tiers de nos ventes, ce qui constitue un gisement significatif que nous souhaitons développer encore. De toute façon, c'est une tendance de fond. Il ne serait pas logique d'être à la traîne et de freiner quelque chose qui est dans l'air du temps.* » Avant d'ajouter : « *Il est néanmoins nécessaire de s'assurer que le bilan environnemental de la consigne est positif. Mesurer, expérimenter pour avancer : tel est, en la matière, l'état d'esprit de la Provence.* » Les deux interprofessions bordelaise et provençale se déclarent prêtes à soutenir les initiatives régionales visant à instaurer la consigne.

Tous droits réservés à l'éditeur



© La consigne de Provence

QUAND LE PRIX DE LA BOUTEILLE EN VERRE CONCURRENCE LA CONSIGNE

De fait, les initiatives régionales se développent, toujours mues par la volonté de préserver les ressources de la planète. Avec plus ou moins de difficultés et de freins techniques et économiques. En premier lieu : le prix très faible de la bouteille en verre, ce qui fragilise le modèle économique de la consigne. « *Ce prix varie entre 0,30 et 0,40 €. S'il était multiplié par deux, le retour de la consigne ne poserait pas de problème. Pour l'heure, nous sommes subventionnés, notamment par la région Provence-Alpes-Côte d'Azur et l'Ademe, sinon nous ne pourrions pas être compétitifs* », explique Bastien Vigneron, chargé de projet à La Consigne de Provence, structure qui souhaite accompagner le vignoble provençal dans sa transition écologique et qui, d'ici deux ans, pense pouvoir être en mesure de traiter entre 50 000 et 100 000 bouteilles de vin de Provence par an. « *Nombre de vignerons optant de plus en plus pour des bouteilles personnalisées et donc plus chères, la consigne pourrait s'avérer plus intéressante que l'achat de bouteilles neuves* », précise Brice Eymard. L'association Locaverre, qui souhaite valoriser les circuits courts et la production locale avant de se lancer, a réalisé une étude de marché pour évaluer le nombre de bouteilles pouvant être réemployées, afin de proposer un prix de revente de ces dernières après lavage suffisamment attractif. Elle propose ainsi deux offres de services. La première est destinée aux seuls producteurs de Drôme-Ardèche au prix de 0,23 € par bouteille lavée, l'association récupérant les bouteilles en magasin et les livrant après lavage en palettes aux producteurs. La seconde s'adresse aux producteurs hors de ce territoire. À charge pour eux de récupérer eux-mêmes leurs bouteilles et de les acheminer au centre de lavage. Celles-ci seront lavées à façon au prix de 0,20 €. L'association, qui a démarré son activité en septembre dernier, table sur un volume de 1,5 M de bouteilles d'ici 2022.

LES CONTRAINTES TECHNIQUES

Le projet Luz Environnement, porté par Annie Le Deunff, en région bordelaise, mise sur un certain nombre de relavages

Tous droits réservés à l'éditeur



« Il s'agit bien d'un projet industriel qui répondra aux besoins des vignerons en matière de sécurité sanitaire avec des systèmes de contrôle renforcés. »

Annie Le Deunff, responsable du projet Luz Environnement

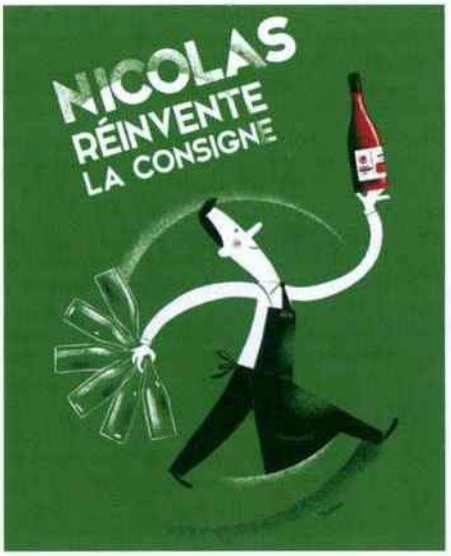
de bouteille pour atteindre son équilibre économique, nombre qui se situerait entre 7 et 10 et un gisement de 550 000 bouteilles pour 2020 – qui devrait être sa première année de fonctionnement – avant une montée en puissance. Une levée de fonds est en effet prévue pour un investissement global de 1 M€. « *Car il s'agit bien d'un projet industriel qui répondra aux besoins des vignerons en matière de sécurité sanitaire avec des systèmes de contrôle renforcés* », souligne Annie Le Deunff. Se pose aussi la question soulevée par les VIF de la diversité des formats ou de leur standardisation pour faciliter la logistique du dispositif de consigne. Pour y remédier, Luz Environnement proposera aux vignerons la bouteille Luz Consigne, une bordelaise de 480 g, suffisamment lourde pour résister à plusieurs lavages, leur répétition provoquant une usure du verre. Le réemploi des bouteilles suppose en effet une certaine résistance aux différentes manipulations. Or, comme le souligne Verallia, le poids des contenants en verre a diminué de 40% sur ces trente dernières années, ce qui pourrait constituer un frein à la généralisation de la consigne. Ces multiples lavages occasionnent également une altération de la brillance du verre, raison pour laquelle Luz Environnement a fait le choix de les limiter à une dizaine afin de conserver aux bouteilles leur intérêt marketing. Selon la FEVE (Fédération européenne des verriers), il serait toutefois possible de réutiliser un contenant en verre jusqu'à 40 fois. Dans le cadre de son offre de services aux producteurs locaux, Locaverre, quant à elle, impose aux vignerons d'utiliser le même type de bouteille. La Consigne de Provence, dont l'activité démarre en douceur, devrait installer l'année prochaine dans une grande surface un premier collecteur de bouteilles capable de différencier et trier les différents contenants. Il y a aussi la question des étiquettes qui doivent se décoller facilement lors du lavage des bouteilles, ce qui impose aux vignerons d'utiliser des colles hydrosolubles.

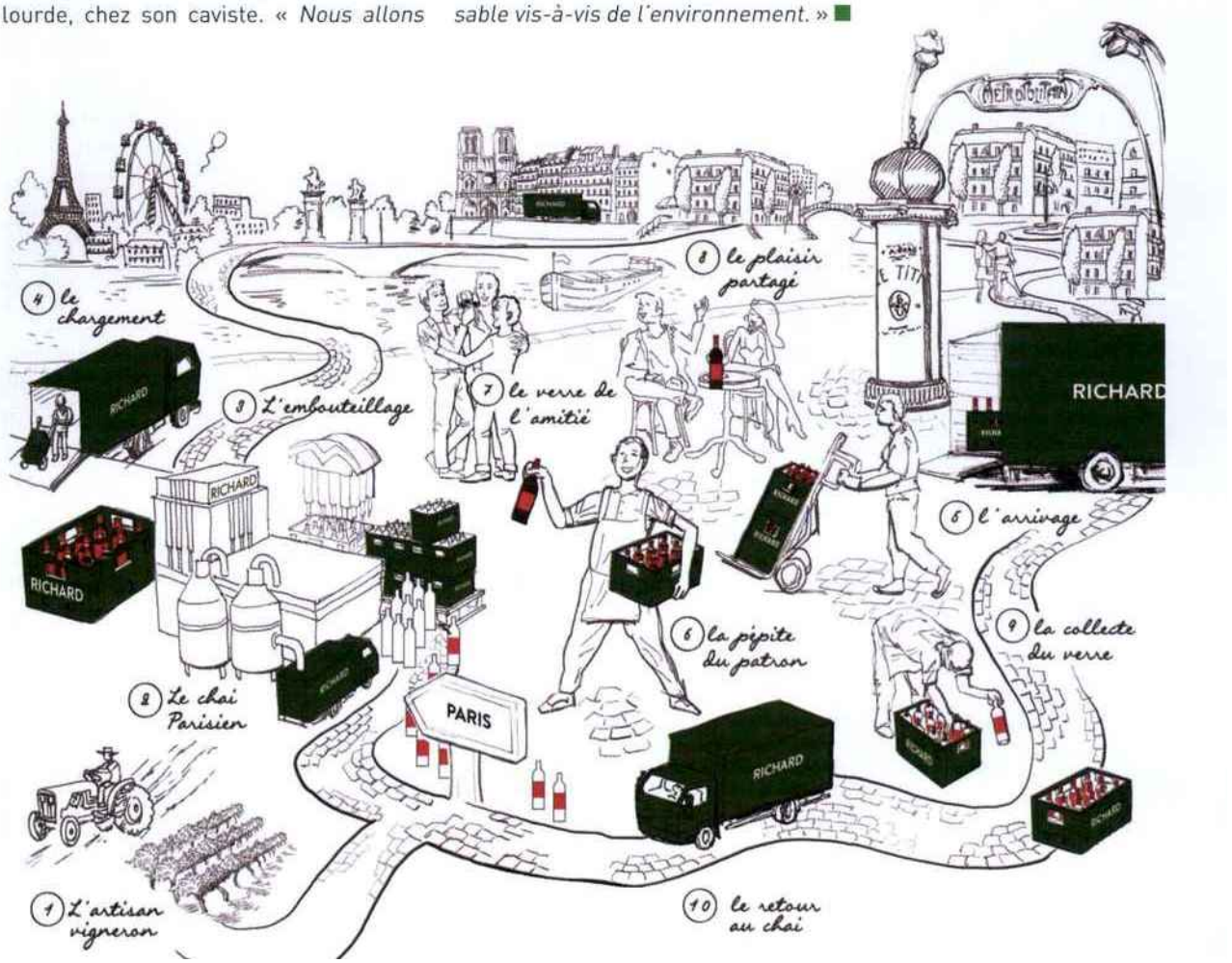
UNE PRATIQUE ANCIENNE QUI RENAÎT

La consigne des bouteilles en verre s'était maintenue en Alsace, du fait notamment des brasseurs, mais si la pratique avait tendance à être quelque peu délaissée, elle pourrait retrouver un nouveau souffle avec le lancement, en avril dernier, d'Alsace Consigne qui veut promouvoir le renouveau de cette pratique auprès du grand public. Dans le circuit des CHR, également, la consigne a perduré. Et selon l'Ademe, 227 000 tonnes de bouteilles en verre ont été réemployées dans ce circuit en 2017. « *La consigne, pour la Maison Richard, est même son cœur de métier* », indique Céline Richard, présidente du directoire de Richard Vins et Domaines, rappelant que son grand-père a lancé la bouteille consignée dans les années quarante et que l'entreprise dispose de sa propre laveuse – une structure industrielle unique dans le Grand Paris – et de ses propres camions pour assurer le transport des bouteilles. La Maison Richard propose ainsi une trentaine de références de vins en litre consigné, destinées à la vente au verre, et en commercialise annuellement 1,5 Ml. En 2018, elle a lancé le Titi, une gamme de vins bio et vegan, dédiée à la restauration et vendue en 75 cl, en verre consigné. « *Titi se définit comme un concept global*, souligne Céline Richard. *En plus d'être embouteillé dans une bouteille réutilisable, il bénéficie d'un bouchon et d'une étiquette écoresponsables et se veut locavore, d'où son nom en forme de clin d'œil à un certain esprit parisien. Compte tenu du succès qu'il rencontre, avec 200 000 cols vendus depuis son lancement, nous avons décidé de le proposer dès 2020 aux enseignes parisiennes spécialisées. À noter toutefois qu'il a fallu former le personnel de restauration afin que celui-ci redécouvre le principe de la consigne et cesse de je-*

Tous droits réservés à l'éditeur

ter les bouteilles de Titi consignées à la poubelle ». Toute une éducation à refaire donc, non seulement celle des serveurs, mais aussi celle des consommateurs. Ce qu'a pu constater Nicolas qui a mis en place un système de consigne sur une seule de ses références dans ses magasins parisiens, système qui a rencontré « *un succès d'estime auprès de consommateurs très impliqués dans le développement durable* », selon Christopher Hermelin, responsable marketing et communication de Nicolas. Une réussite modeste qu'il attribue au fait que dans les hypercentres, la consigne se trouve en concurrence directe avec le recyclage, et qu'il est beaucoup plus aisé pour un consommateur de se débarrasser de ses bouteilles en les jetant dans le conteneur à verre situé au pied de son immeuble que de rapporter cette charge, qui plus est lourde, chez son caviste. « *Nous allons néanmoins maintenir ce dispositif, car Nicolas est une entreprise ancienne avec une volonté de transmission et l'ambition de s'inscrire dans une démarche responsable vis-à-vis de l'environnement.* » ■





Tous droits réservés à l'éditeur





Date : Juin 2020
Page de l'article : p.16-21
Journaliste : François Lecocq

ENQUÊTE

VRAC : UN MARCHÉ À CONFIRMER



© En Vrac

Tous produits confondus, les ventes en vrac de PGC alimentaires connaissent une forte expansion et sont promises à une croissance importante. Mais, pour les boissons alcoolisées (vins, spiritueux et bières), même si les initiatives se multiplient, c'est plus compliqué, notamment pour des questions d'hygiène et de consigne.

par François Lecocq

Pratiquée depuis plusieurs décennies dans les enseignes bio, la vente en vrac de produits de grande consommation alimentaires et non alimentaires connaît une forte expansion ces dernières années dans tous les réseaux de la distribution, conventionnelle ou spécialisée. Créé en 2016 et regroupant un millier de professionnels (distributeurs, producteurs et industriels), le Réseau Vrac estime qu'elle est ainsi passée de 100 à 850 M€ HT entre

Tous droits réservés à l'éditeur

2013 et 2018, soit une progression cumulée spectaculaire de 750%. En 2019, il recensait 215 épiceries spécialisées proposant du vrac (surface de vente moyenne de 60 m²), en plus des GMS conventionnelles ou bio également largement dotées. Quant à ses prévisions pour 2022, elles tablent sur un doublement du nombre de boutiques (500 unités) pour un marché estimé à 3 Md€, ce qui représenterait une augmentation de plus de 250%. Et ceci avec un taux de pénétration conséquent dans l'ensemble des formats de distribution : 79% pour les hypermarchés, 73% pour les supermarchés et 53% pour la proximité (source L'observatoire 2019 du rayon vrac, éd. Dauvers et Win-Minute). Selon une étude Kantar de mai 2019, 47% des foyers ont acheté en vrac au cours des douze derniers mois, pour un nombre moyen de 11,3 actes d'achat par an. Certes, ce sont les produits secs (fruits oléagineux et secs, légumineuses, graines, céréales, pâtes-riz-couscous) qui représentent les principales catégories achetées, mais l'offre en liquides existe aussi, même si pour l'alimentaire, elle pose davantage de problèmes de distribution et de conservation.

DAY BY DAY REVOIT SON OFFRE

Enseigne 100% dédiée au vrac alimentaire et non alimentaire depuis 2013, day by day a commencé à proposer du vin en vrac en 2018 et des spiritueux depuis février 2019, en sachant qu'elle laisse le choix de l'offre en magasin à ses franchisés. « *Pour les spiritueux, notre offre comprend deux cognacs (dégustation et cuisine), un gin et une vodka (dégustation) et deux rhums (cuisine et cocktail) qui proviennent de Grap'Sud à des prix au litre de 29,50 € pour le rhum, 35,50 € pour la vodka, 46,50 € pour le gin et 52,50 € pour le cognac VS de trois ans d'âge*, assure Didier Onraita, président co-fondateur de day by day. *Les ventes sont honorables pour le rhum car elles sont tirées par les arrangés. En revanche, c'est un peu plus difficile pour le gin et la vodka. Quant au cognac, on en vend très peu et plus pour la cuisine que pour la dégustation.* » Il reconnaît que la plupart des magasins franchisés se sont concentrés sur le rhum et le cognac, l'offre complète n'étant présente que dans la moitié du réseau qui compte désormais 61 magasins. « *Ce sont des produits risqués dans la mesure où ils s'écoulent beaucoup moins vite que ceux déjà proposés en magasin. Cela dit, nous décidons de les garder et de nous donner le temps d'apprendre à mieux les vendre et les travailler dans l'espace de vente, en sachant que nous pensons ajouter un whisky qui reste un spiritueux de référence et que nous sommes en train de sélectionner* », poursuit-il. Quant aux vins, les ventes sont, elles aussi, très modérées. L'offre a été repensée début 2020 pour se concentrer sur les vins bio et Terra Vitis en abandonnant progressivement les quatre références de vins conventionnels. « *Ce sont les vins labellisés qui se vendent le mieux à des prix de 5 à 6,50 € le litre. Nous en avons référencé de nouveaux, comme ceux du domaine de l'Arjolle dans les trois couleurs à 6,40 € le litre, qui complètent le rouge des Cévennes du domaine Fortuné à 8,10 € le litre, ou encore les Côtes de Gascogne du*



© Day by Day

Enseigne 100% dédiée au vrac alimentaire et non alimentaire depuis 2013, day by day a commencé à proposer du vin en vrac en 2018 et des spiritueux depuis février 2019.

Tous droits réservés à l'éditeur



© Jean Bouteille

Jean Bouteille, société lilloise pionnière et spécialiste du vrac liquide alimentaire et non alimentaire depuis 2014, qui équipe en fontaines et fournit en produits plus de 700 magasins en France et en Europe.

domaine Pajot à 7,80 € », précise Didier Onraita. Comment explique-t-il que les ventes de vins ou de spiritueux en vrac sont moins dynamiques que celles des autres catégories des PGC alimentaires ? « *Il y a un vrai travail de merchandising qu'il nous reste à mener sur ces produits très marqués culturellement en France, les clients veulent une bouteille avec une étiquette. Je pense qu'il nous faut leur proposer une manière de présenter et de vendre les vins et spiritueux en vrac qui rappelle l'expérience d'achat qu'ils connaissent et apprécient chez le caviste par exemple. Nous y réfléchissons* », analyse Didier Onraita.

LE VIN EN VRAC : UNE OFFRE COMPLEXE

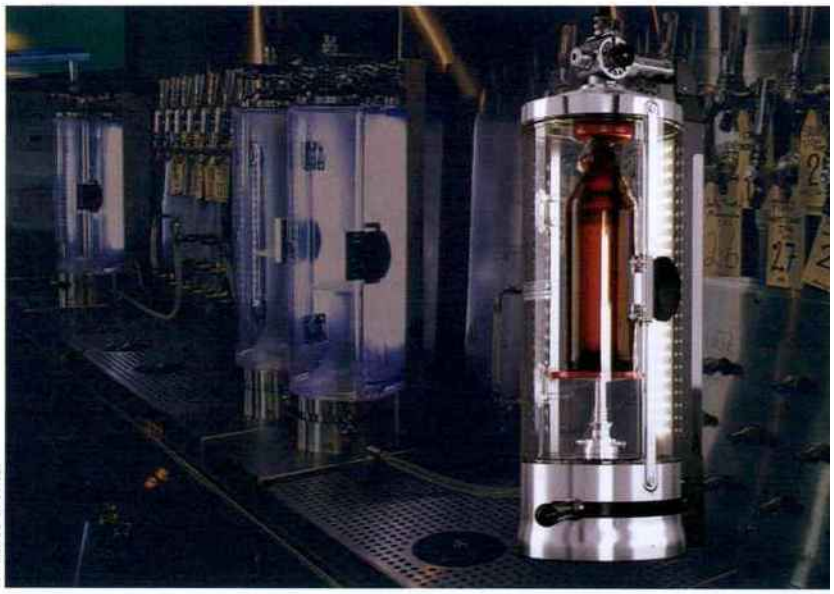
Pas facile de vendre du vin en vrac ! Un avis que finit par partager Jean Bouteille, société lilloise pionnière et spécialiste du vrac liquide alimentaire et non alimentaire depuis 2014, qui équipe en fontaines et fournit en produits plus de 700 magasins en France et en Europe. « *Nous avons décidé d'arrêter l'activité vins depuis fin 2019 car, après cinq ans d'expérience, nous ne sommes pas complètement satisfaits et désirons investir et réfléchir pour mettre au point un nouveau concept plus pertinent* », annonce Quentin Testa, directeur associé de Jean Bouteille (CA 2019 : 3,4 M€ et 30 salariés). Cette décision illustre l'un des principaux freins à la vente de vins en vrac. Les fontaines de distribution mises au point par Jean Bouteille sont hydrauliques et nécessitent un nettoyage régulier qui peut être assuré par le personnel du magasin équipé ou par Jean Bouteille dans le cadre d'une prestation de service. « *On a constaté que beaucoup de magasins ne le faisaient pas suffisamment régulièrement, ce qui pose évidemment des problèmes de conservation et d'hygiène. Nous pensons qu'une fontaine pneumatique serait plus pertinente, une solution qui éviterait tout contact avec le produit, permettrait d'utiliser des Bibs, ce qui garantirait une conservation de trois à quatre semaines après l'ouverture* », explique Quentin Testa. Au-delà des problèmes sanitaires que pose la distribution en vrac liquide, le vin est un produit complexe à sourcer surtout pour les références bio de plus en plus demandées alors que l'offre a du mal à suivre. « *Par ailleurs, le vin nécessite des conditions d'entreposage spécifiques très différentes des autres produits alimentaires que nous proposons en vrac, ce qui suppose d'investir. Mais le choix de fontaines pneumatiques associées au Bib est une solution à explorer, d'autant que l'offre en Bibs est aujourd'hui suffisamment développée. Nous pensons enfin qu'il est sans doute indispensable d'enrichir la qualité perçue par les clients à*

Tous droits réservés à l'éditeur

la fois en termes d'offres produits et de merchandising, peut-être en créant un "shop in the shop" dédié aux vins et aux spiritueux et séparé du vrac, avec un concept plus haut de gamme même si les prix restent attractifs », avance Quentin Testa. Quant aux spiritueux, Jean Bouteille continue d'en proposer cinq références (rhum, whisky, gin, vodka et pastis) avec une solution de conditionnement en bonbonnes de verre en sachant que, comme pour les vins, ils ne représentent pas pour l'instant sa priorité.

JEAN BOUTEILLE MISE SUR LA BIÈRE

La start-up lilloise mise davantage sur la bière avec son concept Oublong lancé au printemps 2019 à Lyon, dans la cave à bières La Plante du Loup. Cette solution qui permet de proposer de la bière fraîche à la pression dans des bouteilles consignées a été installée depuis dans une dizaine de points de vente, notamment chez Biocoop et Biomonde mais aussi chez le brasseur lillois Cambier. « *Une version 2 est testée dans quatre points de vente pilotes depuis fin mai, à la fois un bar, une cave à bière, une épicerie vrac et un magasin alimentaire plus classique, le but étant d'analyser les retours d'expérience qui seront différents selon les typologies de points de vente et de clients, en sachant que cette nouvelle solution sera beaucoup moins chère que la première version. L'objectif 2020-2021 est de diviser le prix par deux* », assure Quentin Testa. Le challenge à relever n'est pas mince. Certes le marché de la bière reste très dynamique (3,932 Md€ en 2019 en progression de 4,6%, source Iri), notamment le segment du « craft » qui a progressé de plus de 40% l'an dernier à 440 M€ (source Xerfi). Mais la vente de bière fraîche pression à emporter dans des bouteilles consignées est vraiment une offre nouvelle qui nécessitera du temps pour s'imposer même si les préoccupations environnementales des jeunes générations sont réelles. Concurrente de Jean Bouteille, la société France Growler commercialise les machines de la marque russe Pegas qui permettent de remplir *growlers* ou bouteilles avec un système vidant l'air du contenant pour le remplacer par du CO_2, ce qui permet de conserver la bière plus longtemps.



© France Growler

La société France Growler commercialise les machines de la marque russe Pegas qui permettent de remplir *growlers* ou bouteilles avec un système vidant l'air du contenant pour le remplacer par du CO_2, ce qui permet de conserver la bière plus longtemps.

« *Nous avons commencé il y a quatre ans en équipant la cave à bière lyonnaise la Crafterie*, précise Gilbert Rouvier, pré-

CONSIGNE : UN PARCOURS À INVENTER

La question de la consigne est cruciale dans le vrac. Adhérent de deux hypermarchés et neuf *drives* Leclerc dans la métropole lilloise, Thomas Pocher est très mobilisé sur les questions de lutte contre les déchets et le gaspillage. Il pense que la consigne payante n'est plus adaptée aux clients d'aujourd'hui. « *Parce que les contraintes, les clients non militants n'en veulent pas : acheter, ne pas oublier de ramener sa bouteille... Il faut penser à un parcours plus simple, abordable pour le client lambda, car pour les militants la question ne se pose pas mais, malheureusement, ils sont loin d'être majoritaires !* », argumente-t-il. Il préconise la solution du réemploi sans consigne comme le propose le collectif des Hauts-de-France Ramène ta bouteille. « *Nous allons travailler avec la brasserie locale et bio Moulins d'Ascq que nous connaissons déjà très bien pour commercialiser des bouteilles réutilisables dont nous organiserons la collecte. De manière volontaire, les clients pourront ramener, dans un conteneur prévu à cet effet, leurs bouteilles de bière vides en magasin, sans aucune consigne financière. L'objet est de tester la faisabilité du process et notamment la remise en route des unités de lavage. C'était prévu pour cet été, mais toutes les initiatives vrac et zéro déchet ont pris un grand coup avec le confinement : il n'est pas évident qu'on parvienne à remettre tout ça en place de sitôt* », regrette-t-il.

Tous droits réservés à l'éditeur



sident fondateur de France Growler. *Aujourd'hui, nos machines sont présentes dans une centaine de points de vente notamment chez V&B, Biocoop ou encore Craft Beers & Cie, la nouvelle enseigne dédiée aux bières lancée à Saint-Cloud par Nicolas.* » La société serait en négociations avec le brasseur Ninkasi dont la chaîne de restaurants-salles de concert (20 établissements) accélère son expansion via la franchise en Rhône-Alpes.

UN CAVISTE PRÉCURSEUR

Du côté des cavistes, il faut souligner le précurseur Thierry Poincin qui, dès 2011, s'est lancé dans l'aventure du vin en vrac puis des spiritueux et même des bulles (prosecco, cidre et bière). Il a commencé dans une boutique au marché de la Chapelle avant de déménager au printemps 2012 rue de l'Olive, toujours dans le 18e arrondissement parisien. Au-delà du souvenir d'enfance quand il accompagnait son père allant s'approvisionner à la coopé, Thierry Poincin a voulu dépoussiérer mais aussi améliorer l'image du vin en vrac. Dans sa cave simplement baptisée En Vrac, on remarque tout de suite le soin apporté non seulement à la décoration mais aussi à l'hygiène en sachant qu'il propose aussi des vins et spiritueux déjà embouteillés. « *En vrac je propose surtout des vins nature et bio, mais aussi des spiritueux et des bulles : whisky et rhum de chez Fisselier, eaux-de-vie de fruits de la maison Hepp et armagnac de la maison Goudoulin, prosecco, cidre et bières des brasseries du Grand Paris, la Perle et la Licorne*, assure Thierry Poincin. *Au total, l'offre représente une cinquantaine de références dont une dizaine pour les vins, un peu de rosés à partir du printemps. Je propose des bouteilles consignées (2 €) de 75 et 50 cl et jusqu'au* growler *de 2 l pour la bière. Pour les vins, ce sont des entrées de gamme à partir de 3,50 € et jusqu'à 5-6 € la bouteille, mais j'ai déjà testé des vins plus chers jusqu'à 15 € et les ventes ont très bien marché.* » Parmi sa clientèle adepte du vrac, un mix très hétérogène allant de personnes suffisamment âgées pour avoir connu le vrac éventuellement via leurs parents à des trentenaires engagés dans la réduction des emballages et attirés par l'attractivité des prix avec des réductions pouvant aller, selon Thierry Poincin, de 30 à 50% par rapport à des bouteilles habillées. Il reconnaît toutefois que, après neuf ans d'activité, les ventes en vrac restent stables, représentant 49% de son business, le reste étant assuré par les bouteilles habillées. « *Les limites du vrac c'est qu'on est obligé de limiter l'offre ou alors il faudrait un entrepôt où l'on*

Tous droits réservés à l'éditeur

pourrait présenter 250 références. De même qu'il n'a pas été évident, au départ, de trouver des distillateurs acceptant de vendre leurs spiritueux en vrac, ce qui n'est pas le cas pour la filière vin qui est habituée depuis toujours à le faire, sans compter les démarches administratives qu'il a fallu faire auprès des Douanes », reconnaît-il.

LES INITIATIVES SE MULTIPLIENT

À Paris, Thierry Poincin n'est plus le seul à proposer du vrac. On en trouve aussi, depuis trois ans, chez Vino Sfuso, un concept mixant épicerie italienne et vente de vins transalpins en vrac. L'enseigne compte trois magasins dans les quartiers Alésia, Aligre et Jourdain, qui proposent une quinzaine de références de vins de Vénétie, Ligurie, Piémont et Toscane (rouge, blanc, à bulles, bio, nature ou non entre 4,5 et 9 € la bouteille), à consommer rapidement car très peu sulfités. Et Lavinia s'y met aussi en ne misant que sur les spiritueux, notamment car le vin pose de nombreux problèmes de conservation. « *Nous sentons qu'une nouvelle tendance s'exprime à travers le vrac, le gin Lord of Barbès le propose déjà aux cavistes, notre chef de cave l'a également repérée à l'étranger*, explique Édouard Margain, directeur des opérations chez Lavinia. *Nous avons décidé de tester le vrac, juste avant les fêtes de fin d'année 2019, avec une station* refill *dans notre cave de La Madeleine alimentée par quatre partenaires : Michel Couvreur pour le whisky, Lord of Barbès pour le gin, Clément pour le rhum et Bourgoin pour le cognac qui proposent chacun des solutions de* refill *différentes – de la dame jeanne avec pipette au fût avec robinet et au très grand format de bouteilles – toujours assurées par nos vendeurs et non pas par les clients, en sachant que par exemple le whisky Couvreur est bouché comme à la distillerie mais sans la cire évidemment.* » Le principe est que les clients achètent une bouteille pleine et reviennent ensuite la faire remplir, certains des clients ont demandé s'ils pouvaient venir avec leurs propres bouteilles ce qui « *paraît difficile compte tenu des mentions obligatoires qui doivent y figurer* », rappelle Édouard Margain. S'il est encore trop tôt pour évaluer ce test, compte tenu notamment de l'impact des grèves de fin 2019 et surtout du Covid-19, les réactions des clients seraient très positives. « *Il y a évidemment une dimension écologique, économique et un service innovant qui permet de surcroît d'échanger davantage ou, en tout cas, autrement avec les clients* », poursuit-il. La réduction proposée au moment du *refill* est plutôt stimulante, comprise entre - 19 et - 34% selon les spiritueux et les négociations avec les fournisseurs. ■



© En Vrac





PORTRAIT D'ENTREPRISE

L'ACCESSIBILITÉ, RAISON D'ÊTRE DU COMPTOIR DES VIGNES



L'enseigne créée en 2009 par le groupe C10 trace son chemin dans le paysage des cavistes. Choix d'implantation, assortiment, mise en scène, promotions, animations, services : tout est pensé pour désacraliser l'univers des vins et spiritueux, et l'ouvrir au plus grand nombre. C'est sur ces mêmes bases qu'est envisagée la suite des événements, en intégrant comme il se doit les nouveaux comportements d'achat.

par Guy Leray

C'est un dixième anniversaire qui ne pouvait se conclure d'aussi belle façon. En décembre 2019, la revue *Capital* publie le palmarès annuel des meilleures enseignes alimentaires tel qu'établi par les consommateurs eux-mêmes. Les critères pris en compte sont l'envie de recommander ou non l'enseigne à son entourage, le niveau perçu d'expertise professionnelle et la qualité des services apportés. Côté cavistes, il n'y a pas photo : c'est le Comptoir des Vignes qui l'emporte haut la main[1], enregistrant une note globale de 8,15 sur 10 qui est de fait la plus haute enregistrée par une enseigne alimentaire dans ce palmarès, toutes catégories de produits

Tous droits réservés à l'éditeur

PORTRAIT

confondues. Au terme d'une année « spécial 10 ans » déjà marquée par un retour à la croissance (CA à + 9,5% versus 2018), ce résultat apparaît comme une presque consécration pour les responsables du Comptoir des Vignes : « *Nos clients ont visiblement bien identifié nos valeurs et notre démarche*, se satisfait Loïc Toulemonde, directeur du réseau depuis janvier 2018[2]. *Ce sont dix années de travail de fond qui se trouvent ainsi validées.* » De quoi démarrer 2020 dans un climat de confiance au plus haut pour les 51 cavistes du Comptoir des Vignes. Mais le Covid-19 est passé par là et en ce début de printemps 90% des magasins ont dû, comme beaucoup d'autres, tirer momentanément le rideau. Faire le dos rond donc, en attendant un contexte assaini pour rouvrir les portes et repartir de l'avant. Car si l'activité commerciale des « Comptoirs » est pour un temps en suspens, les projets et les objectifs sont inchangés. Loïc Toulemonde et son équipe attendent juste le feu vert officiel pour recoller peu à peu au plan de route initial.

NÉE SOUS LE SIGNE DE LA SIMPLICITÉ

C'est donc en 2009 qu'a été lancée l'enseigne Comptoir des Vignes. Derrière cette initiative, le groupe C10, n°1 de la distribution de boissons en CHR/CHD, un CA de 1,5 Md, 230 entrepôts répartis sur toute la France. Parmi les adhérents C10, une petite centaine cumule une activité de cavistes à celle de distributeurs de boissons aux établissements CHR. Et c'est à eux et à eux seuls – rien à voir dès lors avec un système de franchise classique ouvert à tous –, qu'est faite alors la proposition de fédérer leur activité sous une bannière commune : Comptoir des Vignes. Objectif annoncé : se différencier au sein de l'univers caviste à travers un modèle marchand qui, à l'instar d'enseignes comme Ikea ou L'Occitane (les deux noms sont cités en référence à l'époque), remet le chaland au centre de tout. « *Avoir une offre large et parfaitement lisible afin de rassurer ceux qui ne s'y connaissent pas en vin*, résume Loïc Toulemonde, *et donner finalement au plus grand nombre des clés d'entrée en termes d'accueil et de conseil.* » En un mot, le nouveau venu se veut avant tout consensuel.

Cette autre manière de parler du vin relève par conséquent d'une double accessibilité, psychologique et physique. Elle s'est traduite dès le départ en magasin par une mise en scène moderne et lumineuse qui casse les « codes cave » habituels par une organisation et une identification des rayons claires, structurées et, enfin, sur le plan promotionnel, par un programme d'animations didactiques développé quasiment 12 mois sur 12. Chaque année, une dizaine de rendez-vous ont été ainsi définis avec, pour certains d'entre eux, des thématiques originales : « Un Chef en Cave » pour initier le consommateur aux accords mets - vins, « Un Barman au Comptoir » pour l'aider à réaliser des cocktails à la maison, « Un Homme, un Vin » pour qu'il puisse « *mettre un visage et des valeurs derrière une bouteille et comprendre le travail du vigneron* », etc. L'esprit de proximité, toujours et encore.

NE PAS ÊTRE DANS UNE COURSE AU RÉSEAU

C'est sur ces bases-là que, dans un premier temps, se sont engagés au côté de C10 une quinzaine de cavistes, les plus à même de supporter l'investissement initial. Trente-six autres les ont rejoints depuis, chacun d'entre eux ayant opté selon le cas pour l'une des deux formules Comptoir des Vignes à disposition : « petite surface » (jusqu'à 60 m²) ou



« Notre façon de parler du vin, de le vendre, de communiquer et d'animer nos magasins nous est propre. D'où ce sentiment d'avoir apporté quelque chose de nouveau dans l'univers des cavistes. »

Loïc Toulemonde, directeur du réseau depuis janvier 2018

DES FAITS...

- **2009** : création du Comptoir des Vignes, enseigne destinée aux seuls cavistes adhérents du groupement C10.
- **2011** : le parc compte 20 magasins.
- **2016** : en décembre, Comptoir des Vignes franchit à Verniolle (Ariège) la barre des 40 magasins.
- **2017** : nouveau concept spécial petite surface (60 m² maxi).
- **2018** : développement du digital avec le service « click & collect ».
- **2019** : ouverture à Dolus-d'Oléron (Charente-Maritime) du 51e Comptoir des Vignes.
- **2019** : lancement de la première Foire aux Vins 100% bio.

Tous droits réservés à l'éditeur





Bonne visibilité de l'offre, meubles modulables, postes de dégustation, ambiance lumineuse : conçu en son temps par l'agence de design Mkd, l'univers marchand de Comptoir des Vignes concilie modernité et fonctionnalité.

« classique » (jusqu'à 150 m²). Pour les choix d'implantation, la politique maison est bien cadrée : « *D'une façon générale, le caviste n'est pas sur le parcours shopping habituel*, explique Loïc Toulemonde. *Nous sélectionnons des lieux qui, au contraire, vont faire obligatoirement passer le client devant sa porte et par la suite optimiser son activité : en périphérie des villes dans les centres commerciaux, aux abords d'un supermarché, d'une boulangerie.* » Dans ses tiroirs, une trentaine de sites ont été sélectionnés pour les prochains magasins, dont vingt devraient être normalement finalisés d'ici à deux ans.

« *Nous souhaitons parfaire le maillage territorial en priorisant les régions où nous ne sommes pas assez présents : la Bretagne, les pays de Loire, le bassin méditerranéen. Le Comptoir des Vignes doit être demain une enseigne réellement nationale, mais cela ne signifie pas pour autant que nous nous inscrivons dans une course au réseau. Chaque ouverture ne doit se faire qu'avec l'assurance d'une bonne rentabilité.* » Il en est une cependant qui apparaît de toute façon incontournable : Paris, « *parce que c'est un passage obligé dans la construction d'une image* » (sic). Le lieu est retenu (le nouveau centre Gaîté – Montparnasse, dans le 14e arrondissement), le plan de ce futur magasin phare aussi (sur 80 m²), et tout aurait dû se faire en cette année 2020. Pour les raisons que l'on sait, là aussi il faudra probablement attendre un peu.

UNE OFFRE MDD EN PROGRESSION

Si le parc va bouger, l'assortiment également, et toujours avec la notion d'accessibilité comme fil rouge. Une offre dite accessible doit être déjà la plus large possible : c'est le cas ici avec un catalogue « plateformé » de 3000 références de vins, champagnes, spiritueux et bières[3]. Chaque caviste y puise environ 2/3 de son assortiment, le 1/3 restant relevant d'un sourcing local afin de mieux

Tous droits réservés à l'éditeur

coller aux spécificités régionales. Une offre accessible doit également s'adapter à tous les pouvoirs d'achat. D'où le développement de marques propres avec un positionnement d'entrée de gamme : en champagne avec l'étiquette réservée Louis Jourdain (sous la barre des 20 €, élaborée depuis 2015 par la maison Charles Mignon), en vin avec la gamme « Voyage en... » initiée en 2019 avec une offre Pays d'Oc (bouteille + BIB) et élargie cet été d'un côtes-de-gascogne (blanc), d'un côtes-du-rhône (rouge) et d'un vin de pays de la Méditerranée (rosé), avec un prix public se situant entre 4 et 7 €. Idem enfin côté spiritueux où, en partenariat avec les Rhums de Ced', le Petit Rhum Arrangé lancé l'an passé a fait un carton à la fin 2019 (1ère vente de la catégorie rhum au Comptoir des Vignes). Il est rejoint cette année par un rhum classique et un whisky français.

LE BIO ET LE DIGITAL, DEUX AXES STRATÉGIQUES CLÉS

Une offre accessible doit enfin savoir répondre aux nouvelles attentes des consommateurs. Le bio en fait évidemment partie. Les responsables du Comptoir des Vignes ont intégré la tendance lors de la FAV de l'automne 2019, pour la première fois 100% bio/vins nature qui sera reconduite telle quelle en 2020. Mais Loïc Toulemonde veut aller plus loin : « *Dans 90% des cas, nos nouveaux référencements vin sont désormais des vins bio, biodynamie ou nature. À terme, au moins la moitié de notre assortiment sera ainsi composée. Et nous comptons aussi développer significativement le bio sur les bières et les spiritueux.* »

Sur un autre plan mais tout en se situant dans la même logique d'écoute, le digital est l'autre point sur lequel le Comptoir des Vignes entend se mettre au diapason des nouveaux comportements d'achat, et la crise sanitaire de 2020 en aura pour le moins démontré l'urgence. Un coup d'accélérateur s'impose donc aux yeux de Loïc Toulemonde : « *Nous avons mis en place le* click & collect *en 2018, communication dédiée à l'appui, et une vingtaine de Comptoir sont actuellement connectés. Ils le seront tous à la fin 2020, avec une offre e-commerce qui va couvrir progressivement l'ensemble du catalogue. Une chose est sûre : à la fin 2021, le site Comptoir des Vignes s'imposera comme le 1er magasin de notre réseau et nous sommes sûrs que le trafic digital nourrira parallèlement le trafic magasin.* » Gagnant - gagnant en quelque sorte.

Fort de tous ces projets, Comptoir des Vignes prend date avec son avenir. Ses dirigeants estiment avoir déjà prouvé la personnalité de l'enseigne, ses différences, et par suite sa légitimité dans un univers caviste déjà très dense. Il s'agit maintenant de conforter le tout. Hors la parenthèse de 2020, qu'il faudra savoir dépasser très vite, la machine semble à cet égard bien en route. ■



... DES CHIFFRES

- **18 M€ : CA 2019 total réseau hors droits et taxes, + 9,5% versus 2018 à périmètre constant (magasins ouverts depuis plus de deux ans).**
- **60% : part du vin dans le CA total réseau, le reste étant réparti entre champagne (15%) et spiritueux + bières (25%, incluant la partie épicerie fine et le rayon thé/café en vrac).**
- **2 000 références : assortiment moyen.**
- **30 – 55 ans : tranche d'âge du profil moyen des clients Comptoir des Vignes. Plus de 60% des clients fidélisés sont des femmes.**
- **8 € : prix d'achat moyen d'une bouteille de vin au Comptoir des Vignes.**

[1] Les enseignes V & B et Nicolas complètent le podium.
[2] Loïc Toulemonde a intégré le groupe C10 en 2012 en tant que responsable du développement du réseau Comptoir des Vignes.
[3] Le sans-alcool n'occupe qu'une place très marginale au Comptoir des Vignes, exception faite de quelques magasins du Grand Est.

Tous droits réservés à l'éditeur

HORS-SERIE Femme Actuelle
Pays : France
Périodicité : Parution Irrégulière





Date : Juin 2020
Page de l'article : p.110

Carnet d'adresses

A

Alinéa alinea.com
Aurore Market auroremarket.fr
Aux deux canelés auxdeuxcaneles.fr

B

Bestheim bestheim.com
Bjorg bjorg.fr

C

ChroniCoach chronicoach.fr
Cultivonsnous.tv cultivonsnous.tv

D

Domaine Saint Martin des Champs saintmartindeschamps.com

E

E.Leclerc Maison e-leclerc.com
Emkipop emkipop.fr

F

Fleux fleux.com

G

Guy Degrenne degrenne.fr

H

Hénaff henaff.com

J

Jardin d'Ulysse jardindulysse.com
J.L. Denois 1 bis rue Lavoisier, 11300 Limoux ; 04 68 31 39 12 ; jldenois.com

K

KitchenCraft Numéro lecteurs : 05 55 33 60 79

L

La Fourche lafourche.fr
La Redoute laredoute.fr
La Trésorerie latresorerie.fr
Lazzaretti lazzaretti.fr

M

Magnum magnumicecream.com
Maison Lorgeril lorgeril.wine
Monoprix monoprix.fr

N

Nicolas nicolas.com

O

Octaevo octaevo.com

S

Serax serax.com

U

Urban Nature Culture Amsterdam urbannatureculture.com

V

Vignerons de Saint-Tropez vignerons-saint-tropez.com
Villeroy & Boch villeroy-boch.fr

W

Wolfberger wolfberger.com



ISTOCK GETTY IMAGES

Tous droits réservés à l'éditeur

■ RMC (19/06/20 à 20:49 | 00:05:01) : « RMC, par ici la sortie » *Louis Amar*

Franck, auditeur, intervient dans l'émission. Itw de celui-ci. Il veut acheter du cannabis librement comme du bon vin chez Nicolas.

■ SUD RADIO (14/06/20 à 12:30 | 00:28:06) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

■ SUD RADIO (13/06/20 à 12:30 | 00:28:08) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

LA TRIBUNE EDITION QUOTIDIENNE
Pays : FR
Périodicité : Quotidien





Date : 11 juin 2020
Page de l'article : p.10-12
Journaliste : LAURENCE BOTTERO

TERRITOIRES

LA FONDATION VASARELY, LES ENTREPRISES ET L'ECONOMIE DE LA CULTURE

LAURENCE BOTTERO



Posée à Aix-en-Provence, la structure qui mêle art et architecture regarde presque avec les yeux de Chimène, le monde économique. Un monde qui n'est pas éloigné de celui de la culture, les deux étant intimement imbriqués, question de modèle économique, de liens aussi qui valent la peine d'être renforcés comme l'explique Pierre Vasarely, l'héritier du fondateur, aux manettes très opérationnelles.

Elle a toujours été considérée un peu comme un OVNI, objet culturel à part, appelée aussi Centre architectonique, le nom savant pour dire qu'ici se mêlent architecture et art. Fondée par Victor Vasarely, la Fondation qui porte son patronyme est une partie du patrimoine régional. Mais les projets, l'enjeu du financement de la structure, le mécénat sont des sujets quotidiens pour celui qui en est aujourd'hui le chef d'orchestre, Pierre Vasarely.

Un chef d'orchestre qui gère l'opérationnel, les projets, le budget et les envies de plus. La Fondation, reconnue d'utilité publique, mais privée dispose d'un budget de travaux d'un montant de 11 M€, aidée notamment par la Région Sud et le Département des Bouches-du-Rhône à hauteur de 10 M€, 1 M€ provenant du mécénat et partenariats.

Car la Fondation a besoin de rénover son bâtiment et ses extérieurs. De les maintenir attractifs. Un exercice d'équilibriste auquel se livre avec passion le patron des lieux. Qui n'ignore rien des liens qui irriguent la Fondation et le monde économique.

Tous droits réservés à l'éditeur

EXPOSER L'INNOVATION, TOUTE L'INNOVATION

C'est même une partie de son développement, presque son ADN si l'on considère les premiers pas professionnels de son fondateur, Victor Vasarely, qui dès son arrivée dans la capitale française depuis sa Hongrie natale, va se faire remarquer pour son talent par les... entreprises. Havas, laboratoires pharmaceutiques recourent à lui. "*Il a créé le premier berlingot pour L'Oréal, fait la première campagne pour le caviste Nicolas, a collaboré avec Air France ou la SNCF... Victor Vasarely a toujours eu une affection pour le monde de l'entreprise. Il s'est adapté à ce monde*", raconte Pierre Vasarely.

Les entreprises et la Fondation se rejoignent évidemment par le biais du mécénat. Le mécénat qui est le cœur des modèles économiques des structures culturelles.



Mais le rapprochement peut être beaucoup plus poussé et c'est le leitmotiv de Pierre Vasarely. Quoi de mieux qu'ici pour "exposer" l'innovation ? "*Les projets et produits innovants peuvent être montrés ici*", exhorte-t-il et on se souviendra que des rapprochement avaient déjà eu lieu avec Aix-Marseille Université sur des projets de recherche. "*Saint-Gobain est déjà venu présenter ses produits par le passé*", se souvient Pierre Vasarely.

BALAYER TOUT L'ART

Tous droits réservés à l'éditeur

"*Nous ne sommes pas que dans le domaine de la manifestation culturelle mais aussi dans celui des workshops, des concerts... Il y a de la place pour tout ici*". Et Pierre Vasarely de dire aussi que "*nous aimerions mettre en place des programmes éducatifs, c'est ce que nous voudrions développer à l'avenir*". La médiation culturelle est l'un des axes de développement de la structure qui réitère sa "*vocation d'éducation*". "*Venir à la Fondation c'est tremper des pinceaux dans des pots et colorier. La Fondation est un lieu de rencontre et de vie. Nous balayons tout l'art*".

La question du modèle économique finalement reste toujours en fil rouge. *"Il y a des réalité économiques que l'on n'appréhende pas toujours au mieux. La culture en France est très subventionnée*". Et les mécénats "*sont toujours bons à prendre*".

Qui de la consommation de la culture ? "*Comment a-t-on pu poser la question en millions d'euros quand il s'agit de milliards ? Le rôle de la culture est évident. Je crois qu'il va y avoir un confortement. Il faut nécessairement parfois aussi se remettre en question".*

Face aux défis qui sont les siens, Pierre Vasarely conserve optimisme et envie de plus. Evoque 2020 comme une année charnière avec le dépôt d'un dossier afin d'être reconnue Musée de France. "*Cela viendrait sanctuariser nos collections*" indique-t-il.

Et puis il y a ce projet d'extension souterraine, consacrée à l'art contemporain ce qui viendrait "*compléter l'offre*". C'est l'architecte Marc Barani qui est chargé du projet. Lequel projet requiert un investissement de 5 à 6 M€ mais qui "*permettra à la Fondation d'être un lieu de référence, d'art moderne et d'art contemporain*". Où on en revient au nécessaire soutien financier des grands groupes. Le mécénat, l'économie de la culture et les entreprises... un triptyque vecteur d'attractivité du territoire. Ce ne sont pas les annulations de manifestations pour cause de crise sanitaire qui le contrediront...

Tous droits réservés à l'éditeur

le courrier de Mantes
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 5711

Date : 10 juin 2020
Journaliste : Ph. C.

Rambouillet

COMMERCES. Les terrasses sont de retour



Les terrasses (de haut en bas et de gauche à droite) : du Prado, du T'Bo, du Nelson, de La Louvière, du café de la mairie, du Napoléon.

Tous droits réservés à l'éditeur

le courrier de Mantes
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 5711

Date : 10 juin 2020
Journaliste : Ph. C.

Les terrasses qui font le charme de Rambouillet, quand le soleil sort, sont de retour. Du Prado au café de la mairie, elles s'ouvrent dans l'espace public mais s'adaptent à la situation. **« Nous sommes des habitués du Prado. Nous avons voulu être les premières en signe de fidélité ! »** confient deux retraitées présentes dès le mardi 2 juin, 8h.

Des jardinières, rue de-Gaulle

Dès la fin de la semaine, les services techniques sont intervenus pour aménager les lieux, comme face à la place de la Libération. Des jardinières ont été installées pour délimiter l'espace. Un aménagement qui nécessite de ralentir la circulation au bout de la rue de-Gaulle après le caviste chez Nicolas.

« Nous sommes intervenus auprès de 15 établissements avec des aménagements au cas par cas : de la pose de palissades en bois jusqu'à celle de jardinières prévues pour la végétalisation de la rue de-Gaulle », explique le directeur des services techniques, Nicolas Pollet. **« Reste à savoir si le temps**

Tous droits réservés à l'éditeur

le courrier de Mantes
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 5711

Date : 10 juin 2020
Journaliste : Ph. C.

sera au rendez-vous pour garder nos clients », lance le responsable d'un bar.

Certains restaurateurs sont dans l'expectative : « On attendra après le 23 juin car je veux proposer la même qualité qu'avant, du frais tout le temps. Mais il faudra supporter les charges et les loyers reportés mais que nous devrons payer tout de même », lâche un commerçant du centre-ville.

Ph. C.

Tous droits réservés à l'éditeur

■ SUD RADIO (07/06/20 à 12:30 | 00:12:02) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

■ SUD RADIO (06/06/20 à 12:30 | 00:28:24) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

VSB
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : 04 juin 2020
Page de l'article : p.2-3

VSB

Une nouvelle distillerie chez Marussia Beverages



Le groupe russe Marussia Beverages vient de racheter au groupe Crystal Lefortov, la distillerie Itkulsky JSC, la plus ancienne distillerie en activité en Sibérie. L'opération représente un montant estimé à 15 M€, avec un investissement supplémentaire de 10 M€ pour rembourser les créanciers après sa mise en faillite l'année dernière. Itkulsky dispose d'une capacité de production annuelle de 24 millions de litres de vodka et de 10 millions de litres d'alcool neutre. Elle distillait déjà depuis 10 ans la vodka haut de gamme Mamont de Marussia Beverages et la vodka Altaï pour Pernod Ricard. « Cette acquisition va nous permettre de développer notre portefeuille de vodkas, tout en assurant le niveau premium de notre gamme, a déclaré Étienne de Salins, directeur du groupe Marussia Beverages (220 M€ de CA en 2018). L'objectif de cette entreprise, propriété du groupe suédois Haydn Holding AB, fondé en 2004 par l'explorateur arctique Frédérick Paulsen, est de doubler pour 2021 la part de marché de Mamont en Russie et de lancer deux nouvelles marques de vodkas premium. Mamont créée en 2008 et reconnaissable à sa bouteille en forme de défense de mammouth, est distribuée dans 35 pays. Elle affichait en 2019 près de 360000 bouteilles commercialisées. En France, elle est présente en circuit cavistes (42 €), notamment chez V&B, Intercaves, et Nicolas. *(FH)*

Tous droits réservés à l'éditeur

www.sommelier-vins.com
Pays : France
Dynamisme : 4

Visualiser l'article

MES CLASSEMENTS DES MEILLEURS VINS



Certaines régions sont férues de classements...alors à mon tour!

Le Blog fête ses 15 ans, et je dois avouer que c'est fantastique pour lui d'avoir réussi à tenir une telle cadence! C'est le temps pour lui de se renouveler un peu, d'aborder le vin sous un ton plus simple, et surtout plus pratique pour les lecteurs, sans cesse plus nombreux.

UN CLASSEMENT DES MEILLEURS VINS

De mon point de vue...

Sommaire de l'article:

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Ces classements évolueront-ils?
Ai-je des intérêts avec des vignerons ou domaines?
Comment sont pris en compte les tarifs?
Ma sélection des meilleurs vins
Explications sur la grille de notations
Ma sélection des meilleurs vins à moins de 10€
Ma sélection des meilleurs vins à moins de 15€
Ma sélection des meilleurs vins à moins de 25€
Ma sélection des meilleurs vins à moins de 40€

On m'a très souvent réclamé un classement ou une compilation des meilleurs vins, selon moi, se basant sur le rapport prix/plaisir.

Jusque là, j'étais réticent. Et puis, je me suis fait la réflexion que je devais, comme le blog, évoluer.

J'ai écouté mes lecteurs. Mes abonnés (+ 10 000 déjà!). Le vin semble compliqué à aborder pour nombre de personnes qui s'intéressent vraiment au vin.

Le blog se targue de rendre le vin accessible. Il est donc salvateur de répondre à leurs attentes. Et aussi de me rendre encore plus accessible.

Alors, je vais créer une nouvelle rubrique, des meilleurs vins selon moi, à moins de 10 euros; à moins de 15€, de 20€ etc...

Ces sélections seront amenées à évoluer. Il sera possible que je déclasse un vin, à partir du moment où son prix augmente sensiblement, où que sa qualité baisse une année puis une autre, ou que d'autres vins m'ont davantage plu...

Tous droits réservés à l'éditeur

Cela m'obligera donc à rester toujours au contact des vins, à déguster encore et encore. J'ai toujours été un ardent défenseur des vins franchement bons, à des prix accessibles.

Ces classements seront le reflet des vins qui, à leur niveau de prix me procurent beaucoup de plaisir. À tel point qu'ils se retrouvent très souvent dans ma cave. Ce sont des vins que j'achète à titre personnel.



Naturellement, ces classements des meilleurs vins ne sont que le reflet des vins qui me semblent les plus justes, les meilleurs à leur niveau de prix, de mon point de vue.

La sélection ne pourra donc certainement pas être exhaustive, et chacun sera libre de les suivre.

Cependant, étant donné que je déguste beaucoup de vins, que mon goût se doit d'être le plus juste possible, il est assez clair que les vins qui seront cités feront peut-être déjà partie des vins les plus recherchés.

Mais ils seront enfin accessibles à tous, en cherchant un peu, sur internet, au domaine directement ou chez votre bon caviste indépendant.

Tous droits réservés à l'éditeur

Il se peut également que j'ai déjà écrit sur leurs vins, avec des comptes-rendus de visites, dont je mettrai les liens.

En revanche, je doute que ces vins soient présents chez Nicolas ou en Grande Distribution (sauf chez quelques rares magasins assez engagés sur la qualité, certains Super U, ou Monoprix pouvant se targuer d'une sélection parfois bien ficelée, plus rarement chez Auchan).

Étant donné que je ne vends pas de vins, je n'ai aucun intérêt à mettre un vin uniquement pour un aspect pécunier. Je ne suis ni caviste, ni revendeur, ainsi je serai en totale indépendance comme je l'ai toujours été. Il n'y aura pas de liens vers une cave, site en ligne ou même chez le vigneron, directement.

Peut-être vais-je rater là une occasion de générer un peu d'argent, mais je trouverai cela tellement incohérent de procéder ainsi.



Tous droits réservés à l'éditeur

J'ai cherché sur internet et ai pris les tarifs moyens constatés, en ligne, chez les cavistes et au domaine. Ainsi, il est probable que les prix varient de 9 à 11€ par exemple chez le caviste ou en ligne, et à 7€ au domaine, je mettrai ce vin dans le classement des vins à moins de 10€.

En faisant donc une moyenne. Naturellement, les prix variant d'une année sur l'autre, il se peut qu'un vin présent une année sorte du classement, et sera signalé cependant.

Les prix ayant tendance à augmenter année après année, un vin formidable à moins de 10€ pourra se retrouver l'année suivante moins formidable si il passe la barre des 12€. Ainsi, il sortira du classement.

Les classements des meilleurs vins se rempliront au fur et à mesure. Ils seront divisés selon leur niveau de prix. Et devraient être complétés pour la fin de l'année.

Après cela, il se pourrait bien que quelques vins soient mis de côté au profit d'autres, elle sera légèrement évolutive, en fonction des critères de qualité, d'évolution dans celle-ci, de millésimes, mais aussi et surtout du prix.

Qu'est ce qu'un vin 'juste' ? J'ai envie tout simplement de reprendre cette évidente phrase de Jacques Puisais: 'Le vin juste doit avoir la gueule de l'endroit où il est né, du lieu qui l'a vu grandir, et les tripes du bonhomme qui l'a fait'. Voilà, j'aime ces vins-là...tout simplement.

Malheureusement, ils ne sont plus si évidents à croiser, notamment dans les circuits de distribution que l'on retrouve autour de nous. Ces vins sont assez confidentiels, et se méritent. Je vous en offre quelques-uns ici, il ne vous restera plus qu'à vous rendre chez le vigneron ou chez le véritable caviste de proximité (hors Nicolas donc, ou autres grosses succursales).

3 *** Vin de qualité

4 **** Vin de grande qualité, plaisir garanti

5 ***** Vin superbe, de très bon niveau, plaisir appuyé

Tous droits réservés à l'éditeur

Puis au-delà, vins d'émotion

6 ****** Vin remarquable, se démarquant par sa qualité, l'émotion en plus (un truc se passe)
7 ******* Vin sublime, de très haut niveau, valant le détour, émotion intense (chair de poule)
8 ******** Vin exceptionnel, offrant une émotion et une qualité hors normes (larmes)

Quelques points sur ma notation

Vous remarquerez que je sors des standards avec cette notation, qui a d'ailleurs toujours eu cours sur le blog. 5* ne suffisent pas pour évaluer la très belle qualité d'un vin. Car si la qualité intrinsèque est une chose, il y a des vins, qui offrent bien plus que cela encore. Or, quid de l'émotion, de l'expression de vos ressentis, à la dégustation ? Des vins 5* vous en croisez trop souvent ici, étant donné que la qualité des vins mis en avant est réelle. Des vins issus de vignerons pointilleux, souvent de terroirs avérés, logiquement, des vins qui atteignent 5* assez simplement. Lorsqu'on palpe des vins à plus de 20€, cela reste normal.

Tous droits réservés à l'éditeur

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

JUILLET 2020



Omnicom
Public
Relations
Group


VAL DE LOIRE
VINS DU MONDE
ESPACE CADEAUX
NICOLAS
4 bouteilles = 22€

PRODUITS

Centre Presse

www.centre-presse.fr
Pays : France
Dynamisme : 103

Visualiser l'article

Domaine de la Croix Salain 2018



La Cave de Lugny présente sa première cuvée en conversion biologique: Domaine de la Croix Salin 2018. Un AOC Mâcon-Village, sans sulfites ajoutés, à découvrir dès septembre dans les foires aux vins des cavistes Nicolas. Ce 100% chardonnay dévoile une belle robe jaune clair, légèrement dorée. Son nez est intense et expressif sur des notes de fruits murs et fruits exotiques. Sa bouche, délicate et fruitée, présente une belle souplesse et fraîcheur. Elle s'achève sur une belle finale, légèrement acidulée.

Tous droits réservés à l'éditeur

CENTRE PRESSE
LE QUOTIDIEN DE LA VIENNE
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 20540

Date : Du 13 au 14 juillet 2020

>> VIN

Domaine de la Croix Salain 2018

La Cave de Lugny présente sa première cuvée en conversion biologique : Domaine de la Croix Salain 2018. Un AOC Mâcon-Village, sans sulfites ajoutés, à découvrir dès septembre dans les foires aux vins des cavistes Nicolas. Ce 100 % chardonnay dévoile une belle robe jaune clair, légèrement dorée. Son nez est intense et expressif sur des notes de fruits murs et fruits exotiques. Sa bouche, délicate et fruitée, présente une belle souplesse et fraîcheur. Elle s'achève sur une belle finale, légèrement acidulée.

Prix moyen 10 €



Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Cuisine Blanc, rouge, rosé… nos vins préférés pour l'été 2020



© SP Blanc, rouge, rosé… nos vins préférés pour l'été 2020

Pour mettre du soleil sur la table, ces 6 jolis vins, blancs, rouges ou rosés, à moins de 10 €, ont tout pour vous séduire ! Des blancs tout en finesse, à boire sous la tonnelle

Fleuri et minéral

Tous droits réservés à l'éditeur



© Fournis par Femme Actuelle DR

Idéal sur les fruits de mer, un sylvaner issu de vieilles vignes poussées sur un terroir riche qui lui donne une jolie complexité. Un vin frais et tendu, aux nez de fleurs et de fruits blancs, à la bouche ample et longue dont la vivacité ouvre l'appétit.

Avec quoi le servir ? Avec les saveurs marines : moules marinières , huîtres chaudes aux poireaux, sardines grillées , spaghettis à la poutargue , salade de lieu noir au curry, crudités et anchoïade ... Servir à 8 °C.

Où le trouver ? 5,75€, en grande distribution et sur le site web de Bestheim

Sylvaner Classic 2018, Bestheim

Aussi vif que rond

Tous droits réservés à l'éditeur



© Fournis par Femme Actuelle DR

Pour la cuisine « tendance ». C'est le tressallier, cépage local rare, associé au chardonnay, qui donne à ce vin blanc aux arômes d'aubépine, pêche blanche et agrumes sa séduisante personnalité à la fois vive et ronde, fruitée et intense.

Avec quoi le servir ? Dès l'apéritif et sur tout un repas avec avocado toasts , tartare de dorade au gingembre, vitello tonnato (spécialité piémontaise), salade de poulpe et fromages frais. Servir à 8 °C.

Où le trouver ? 5€, en grande distribution.

Saint-Pourçain blanc 2018, Cuvée Jean-Marc Josselin, Cave de Saint-Pourçain.

Des rosés charmeurs, pour le plaisir !
Un verre pour la planète

Tous droits réservés à l'éditeur

© Fournis par Femme Actuelle DR
Chaque bouteille vendue empêche 100 bouteilles plastiques de finir dans l'océan grâce à une contribution au nettoyage des plages reversée à Plastic Ocean International. Le vin est un classique rosé de Provence tiré du cinsault et du grenache, avec des arômes de pêche blanche et d'agrumes et une bouche fraîche.

Avec quoi le servir ? Aussi bien sur une salade niçoise que sur une pissaladière ou une tomate/mozza . Servir entre 8 et 10 °C.

Où le trouver ? 9,50 €, départ , cavistes et sur le site web de la Cave des Vignerons de Saint-Tropez.

Côtes de Provence 2019, Le Rosé Bleu, Cave des Vignerons de Saint-Tropez.

Du soleil et de la fraîcheur

© Fournis par Femme Actuelle DR
Jolie bouteille pour un rosé séduisant associant le soleil et les cépages expressifs de sa région – grenache, syrah et viognier – à une vinification bien maitrisée pour préserver fraîcheur et arômes. D'où une robe rose poudrée, un nez de fruits rouges acidulés et d'agrumes et une bouche ample et vive.

Avec quoi le servir ? Parfait pour un repas provençal avec olives, pizza, tian de légumes , petits farcis , langoustines , tendrons de veau à la plancha et ratatouille . Servir entre 8 et 10 °C.

Où le trouver ? 8,50 €, chez Monoprix.

Languedoc 2019, Ô de Rosé, Maison Lorgeril.

Des rouges à boire frais : jeunes, fruités et non boisés
Nature et gourmand

© Fournis par Femme Actuelle DR
Six cépages associés dans un vin de pays d'Oc très réussi, sans soufre ajouté, le plus naturellement possible. D'où une franchise et une puissance du fruit dans une bouche ronde et gourmande, aux notes épicées et à la finale fraîche.

Avec quoi le servir ? Comme on aime sur des viandes rouges grillées à la plancha , des brochettes d'agneau , un tartare de bœuf ou des travers de porc aux épices. Servir à 12 °C.

Où le trouver ? 9,50 €, cavistes et sur le site web du Domaine Saint Martin des Champs.

IGP Pays d'Oc 2019, Plus on aime moins on soufre, Domaine Saint Martin des Champs.

Séduisante originalité

Visuel indisponible

© Fournis par Femme Actuelle DR

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Un vin à la belle personnalité, dans une jeune appellation de Bourgogne atypique puisqu'elle fait appel à plusieurs cépages dont, ici, le gamay, vinifié à la bourguignonne avec longue cuvaison. Avec une robe profonde, un nez de petits fruits noirs et d'épices et une bouche intense, ronde et fraîche.

Avec quoi le servir ? A proposer à des amateur, sur un carpaccio , une volaille rôtie, un magret de canard aux girolles ou un colombo de cochon. Servir à 12 °C.

Où le trouver ? 7,90€, chez Nicolas.

Coteaux Bourguignons 2018, Duc de Belmont, Jean Loron.

A lire aussi :

Sucres, calories : les vins les plus "lights" selon les experts

A part le vin, quelles boissons servir avec le fromage ?

Comment bien choisir son vin : 5 erreurs à éviter

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Blanc, rouge, rosé… nos vins préférés pour l'été 2020



© SP Blanc, rouge, rosé… nos vins préférés pour l'été 2020

Pour mettre du soleil sur la table, ces 6 jolis vins, blancs, rouges ou rosés, à moins de 10 €, ont tout pour vous séduire ! Des blancs tout en finesse, à boire sous la tonnelle

Fleuri et minéral

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



© Fournis par Femme Actuelle DR

Idéal sur les fruits de mer, un sylvaner issu de vieilles vignes poussées sur un terroir riche qui lui donne une jolie complexité. Un vin frais et tendu, aux nez de fleurs et de fruits blancs, à la bouche ample et longue dont la vivacité ouvre l'appétit.

Avec quoi le servir ? Avec les saveurs marines : moules marinières , huîtres chaudes aux poireaux, sardines grillées , spaghettis à la poutargue , salade de lieu noir au curry, crudités et anchoïade ... Servir à 8 °C.

Où le trouver ? 5,75€, en grande distribution et sur le site web de Bestheim

Sylvaner Classic 2018, Bestheim

Aussi vif que rond

Visuel indisponible

© Fournis par Femme Actuelle DR

Pour la cuisine « tendance ». C'est le tressallier, cépage local rare, associé au chardonnay, qui donne à ce vin blanc aux arômes d'aubépine, pêche blanche et agrumes sa séduisante personnalité à la fois vive et ronde, fruitée et intense.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Avec quoi le servir ? Dès l'apéritif et sur tout un repas avec avocado toasts , tartare de dorade au gingembre, vitello tonnato (spécialité piémontaise), salade de poulpe et fromages frais. Servir à 8 °C.

Où le trouver ? 5€, en grande distribution.

Saint-Pourçain blanc 2018, Cuvée Jean-Marc Josselin, Cave de Saint-Pourçain.

Des rosés charmeurs, pour le plaisir !
Un verre pour la planète

Visuel indisponible

© Fournis par Femme Actuelle DR

Chaque bouteille vendue empêche 100 bouteilles plastiques de finir dans l'océan grâce à une contribution au nettoyage des plages reversée à Plastic Ocean International. Le vin est un classique rosé de Provence tiré du cinsault et du grenache, avec des arômes de pêche blanche et d'agrumes et une bouche fraîche.

Avec quoi le servir ? Aussi bien sur une salade niçoise que sur une pissaladière ou une tomate/mozza . Servir entre 8 et 10 °C.

Où le trouver ? 9,50 €, départ , cavistes et sur le site web de la Cave des Vignerons de Saint-Tropez.

Côtes de Provence 2019, Le Rosé Bleu, Cave des Vignerons de Saint-Tropez.

Du soleil et de la fraîcheur

Visuel indisponible

© Fournis par Femme Actuelle DR

Jolie bouteille pour un rosé séduisant associant le soleil et les cépages expressifs de sa région – grenache, syrah et viognier – à une vinification bien maitrisée pour préserver fraîcheur et arômes. D'où une robe rose poudrée, un nez de fruits rouges acidulés et d'agrumes et une bouche ample et vive.

Avec quoi le servir ? Parfait pour un repas provençal avec olives, pizza, tian de légumes , petits farcis , langoustines , tendrons de veau à la plancha et ratatouille . Servir entre 8 et 10 °C.

Où le trouver ? 8,50 €, chez Monoprix.

Languedoc 2019, Ô de Rosé, Maison Lorgeril.

Des rouges à boire frais : jeunes, fruités et non boisés
Nature et gourmand

Visuel indisponible

Tous droits réservés à l'éditeur

© Fournis par Femme Actuelle DR

Six cépages associés dans un vin de pays d'Oc très réussi, sans soufre ajouté, le plus naturellement possible. D'où une franchise et une puissance du fruit dans une bouche ronde et gourmande, aux notes épicées et à la finale fraîche.

Avec quoi le servir ? Comme on aime sur des viandes rouges grillées à la plancha , des brochettes d'agneau , un tartare de bœuf ou des travers de porc aux épices. Servir à 12 °C.

Où le trouver ? 9,50 €, cavistes et sur le site web du Domaine Saint Martin des Champs.

IGP Pays d'Oc 2019, Plus on aime moins on soufre, Domaine Saint Martin des Champs.

Séduisante originalité

Visuel indisponible

© Fournis par Femme Actuelle DR

Un vin à la belle personnalité, dans une jeune appellation de Bourgogne atypique puisqu'elle fait appel à plusieurs cépages dont, ici, le gamay, vinifié à la bourguignonne avec longue cuvaison. Avec une robe profonde, un nez de petits fruits noirs et d'épices et une bouche intense, ronde et fraîche.

Avec quoi le servir ? A proposer à des amateur, sur un carpaccio , une volaille rôtie, un magret de canard aux girolles ou un colombo de cochon. Servir à 12 °C.

Où le trouver ? 7,90€, chez Nicolas.

Coteaux Bourguignons 2018, Duc de Belmont, Jean Loron.

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération

Tous droits réservés à l'éditeur



09/07/2020

L'ART DE VIVRE DU FIGARO

F

LE VIN ROSÉ, UN RÊVE FRANÇAIS ?

Les plus belles dégustations de l'été 2020

NUMÉRO 17 / MARDI 7 JUILLET 2020 / SUPPLÉMENT DU FIGARO N°23 604
COMMISSION PARITAIRE N° 0421 C 86827 / NE PEUT ÊTRE VENDU SÉPARÉMENT

N° 17 / JUILLET 2020

Tous droits réservés à l'éditeur

Modus operandi.

ROSÉ

UN RÊVE FRANÇAIS ?

Il cristallise nos envies de détente, de déjeuners tardifs, de soirées en famille, entre amis. Sa simple évocation nous emmène dans un monde de légèreté. Il n'est pas sérieux et c'est là toute sa force. Il a le goût de la plage, du sel séché sur la peau, il se couche tard. Il exprime nos terroirs, le caractère français, ses contradictions, son charme. Il est clair ou foncé, transparent ou puissant, il est un symbole de la résistance à l'uniformisation des goûts. Il est dans l'air du temps. Il est un exemple d'adaptation d'une viticulture millénaire au monde contemporain.

Notes de dégustation par Valérie Faust / photographe Pierre-Olivier Deschamps, Agence Vu, assisté par Olivier Bardina

Tous droits réservés à l'éditeur



De gauche à droite

DOMAINES OTT
Étoile, Vin de France
Cette superbe cuvée, ample et racée, réunit les plus beaux jus des meilleures parcelles des trois Domaines Ott. Elle caresse pleinement le palais de ses notes fraîches, iodées, épicées, fruitées.
120 € (aux 3 domaines).
Note F : 18/20.

CHÂTEAU MINUTY
Rosé & Or, Côtes de Provence
Son teint de porcelaine éclatant annonce la fraîcheur du vin élégant, doté de finesse, de matière et de légèreté, aux notes savoureuses de pêche blanche.
26,50 € *(Lagrandeepicerie.com)*.
Note F : 17,5/20.

CHÂTEAU DE PIBARNON
Bandol bio
Longue et persistante, épicée, la bouche ample, ronde, complexe et salivante de ce vin couleur mandarine en redemande.
À condition de ne pas le boire trop froid.
21 € *(Millesima.fr)*.
Note F : 17/20.

Tous droits réservés à l'éditeur



Tous droits réservés à l'éditeur

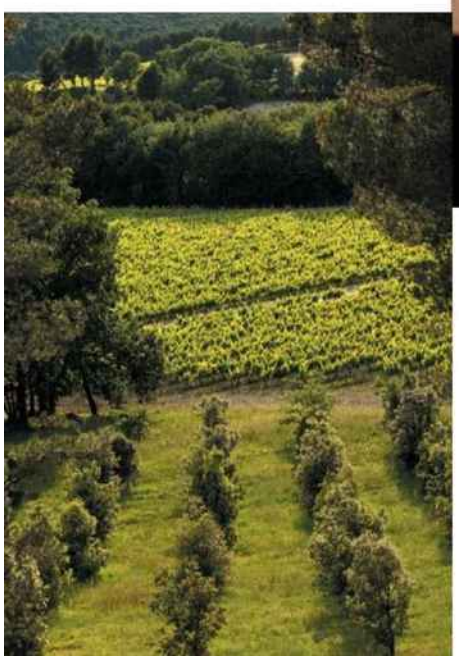
Ci-contre, de gauche à droite :

CHÂTEAU MAÏME
Héritage, Côtes de Provence
Au nez comme en bouche, des notes d'agrumes suivies par de la souplesse et de la légèreté, des saveurs acidulées. Finale intéressante, persistante, gourmande et fruitée.
13,80 € *(Chateau-maime.com).*
Note F : 16/20.

CHÂTEAU LÉOUBE
Secret, Côtes de Provence bio
Il exhibe sa robe pêche au travers d'un élégant flacon sérigraphié. Un joli vin d'été, rond, précis, sans aspérité, vif, puissant, fruité.
25,50 € *(Vinatis.com).*
Note F : 16/20.

ESTANDON
Zénith, Côtes de Provence
Belle concentration aromatique pour ce vin moelleux, aux notes de fruits mûrs (mandarine) qui amènent une certaine sucrosité rendant le vin gourmand, dynamisé par la fraîcheur en finale.
14,50 € x 6 *(Boutique.estandon.fr).*
Note F : 16,5/20.





GÉRARD BERTRAND
Clos du Temple, Languedoc Cabrières
Un grand rosé en biodynamie, couleur chair, ample, charnu, puissant et d'une très grande finesse, avec ce qu'il faut de tension, de minéralité. Production ultralimitée.
380 € le magnum *(Gerard-bertrand.com).*
Note F : 18,5/20.

Tous droits réservés à l'éditeur



Ci-contre, de gauche à droite :

CHÂTEAU LA GORDONNE
La Chapelle Gordonne, Côtes de Provence
Cette prestigieuse cuvée aux notes fleuries et saveurs de fruits rouges, sur la tension, se complexifie en finale, épicée, séduisante, légèrement saline.
18,70 € *(Nicolas.com)*.
Note F : 16/20.

DOMAINE MASLAURIS
L'Inopiné, Luberon
Ce vin pâle à effets litchi, d'une sapidité remarquable, rond et flatteur à souhait, taquine et réjouit les papilles de ses notes acidulées (orange).
14 € (cavistes).
Note F : 17,5/20.

CHÂTEAU DE CHAUSSE
Côtes de Provence
Dominé par les fruits mûrs, ce vin pâle à reflets pomelo se livre avec délicatesse et fraîcheur, minéral et épicé en finale.
13,50 € x 6 *(Chateaudechausse.fr)*.
Note F : 16/20.

CHÂTEAU LES MURAIRES
Séduction, Côtes de Provence
De la séduction à revendre pour ce vin couleur chair, éclatant. Attaque onctueuse, bouche souple parfaitement équilibrée entre puissance, fraîcheur et vivacité. Un délice.
12 € (en grande distribution).
Note F : 18/20.



Tous droits réservés à l'éditeur



Tous droits réservés à l'éditeur



Tous droits réservés à l'éditeur



CHÂTEAU PEYRASSOL
Côtes de Provence
Drapé dans sa robe couleur pêche, quintessence du rosé d'été, fruité mûr, aérien, avec juste ce qu'il faut d'acidité. Il séduit par ses saveurs croquantes, suaves jusqu'en finale.
16,50 € *(Vignobles-austruy.com).*
Note F : 17/20.

Tous droits réservés à l'éditeur



DOMAINE DE L'OSTAL
IGP Pays d'Oc
Étincelante, la robe brille de nuances framboise puis, après agitation, libère des expressions de fruits rouges. En bouche, fraîcheur, élégance, notes de pêche et finale très tendue, saline.
9 € *(Maisondesvinsduminervois.com).*
Note F : 16/20.

Tous droits réservés à l'éditeur

Ci-dessous, de gauche, à droite :

CHÂTEAU CHAPELLE D'ALIÉNOR
Bordeaux
Un 100 % cabernet franc pâle, lumineux, couleur litchi, dont la bouche se caractérise par une franche vivacité, des notes épicées, une belle allonge, une finale complexe.
5 € (cavistes).
Note F : 15,5/20.

CLARENDELLE
Bordeaux
Légèrement perlant en attaque, le vin nuancé de reflets framboise se fait ample, velouté, suave, moelleux et poursuit son chemin jusqu'en finale acidulée, agréable, salivante.
12 € *(Lacaveduchateau.com).*
Note F : 16,5/20.

HAUT-BAILLY
Bordeaux Rose
Des reflets cuivrés illuminent la robe rouille de ce rosé de saignée (d'où sa couleur intense). Bouche vineuse, suave, ronde, avec de la matière. Le flacon avec son bouchon en verre sont réutilisables à l'envi.
18 € (cavistes).
Note F : 17,5/20.





Tous droits réservés à l'éditeur



Page de droite, de gauche à droite :

CHÂTEAU MALHERBE
Pointe du Diable
Le vin teinté de reflets melon s'élance en bouche avec franchise et élégance, sur des notes de fruits exotiques, d'épices, légèrement iodées, une belle acidité finale.
17,80 € *(Chateau-malherbe.com).*
Note F : 16,5/20.

DOMAINE SAINT ANDRIEU
Côtes de Provence
Le vin développe un nez d'agrumes frais (citron), d'épices et, en bouche, des notes fruitées, de menthe poivrée, de pêche blanche, de zestes d'agrumes.
10,80 € *(Millesimes.com).*
Note F : 14/20.

PAUL MAS
Le Rosé, IGP Pays d'Oc
Bouchon en verre et flacon sérigraphié fleuri pour une bouteille que l'on remplira ensuite d'eau ou autre. Un rosé comme on les aime, frais, léger, gourmand, floral, fruité, gouleyant, acidulé.
7,99 € (cavistes).
Note F : 16,5/20.



MIRAVAL
Studio by Miraval, IGP Méditerranée
Teinté de reflets pêche, le vin de Brad Pitt et de la famille Perrin, associe fruit mûr, légèreté, tension, notes de pamplemousse rose, iodées.
8,90 € *(Vinatis.com).*
Note F : 16,5/20.

Tous droits réservés à l'éditeur



1/1

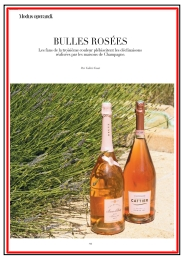
Tous droits réservés à l'éditeur



CHÂTEAU LA VERRERIE
Luberon bio
Pâle, lumineux, à reflets pomelo, il se distingue au nez par des notes florales et de fraise des bois. Intense vivacité en bouche, nette, marquée par des notes salines, de groseille.
11,50 € *(Chateaunet.com).*
Note F : 16,5/20.

Tous droits réservés à l'éditeur





09/07/2020

Modus operandi.

BULLES ROSÉES

Les fans de la troisième couleur plébiscitent les déclinaisons réalisées par les maisons de Champagne.

Par Valérie Faust



Tous droits réservés à l'éditeur





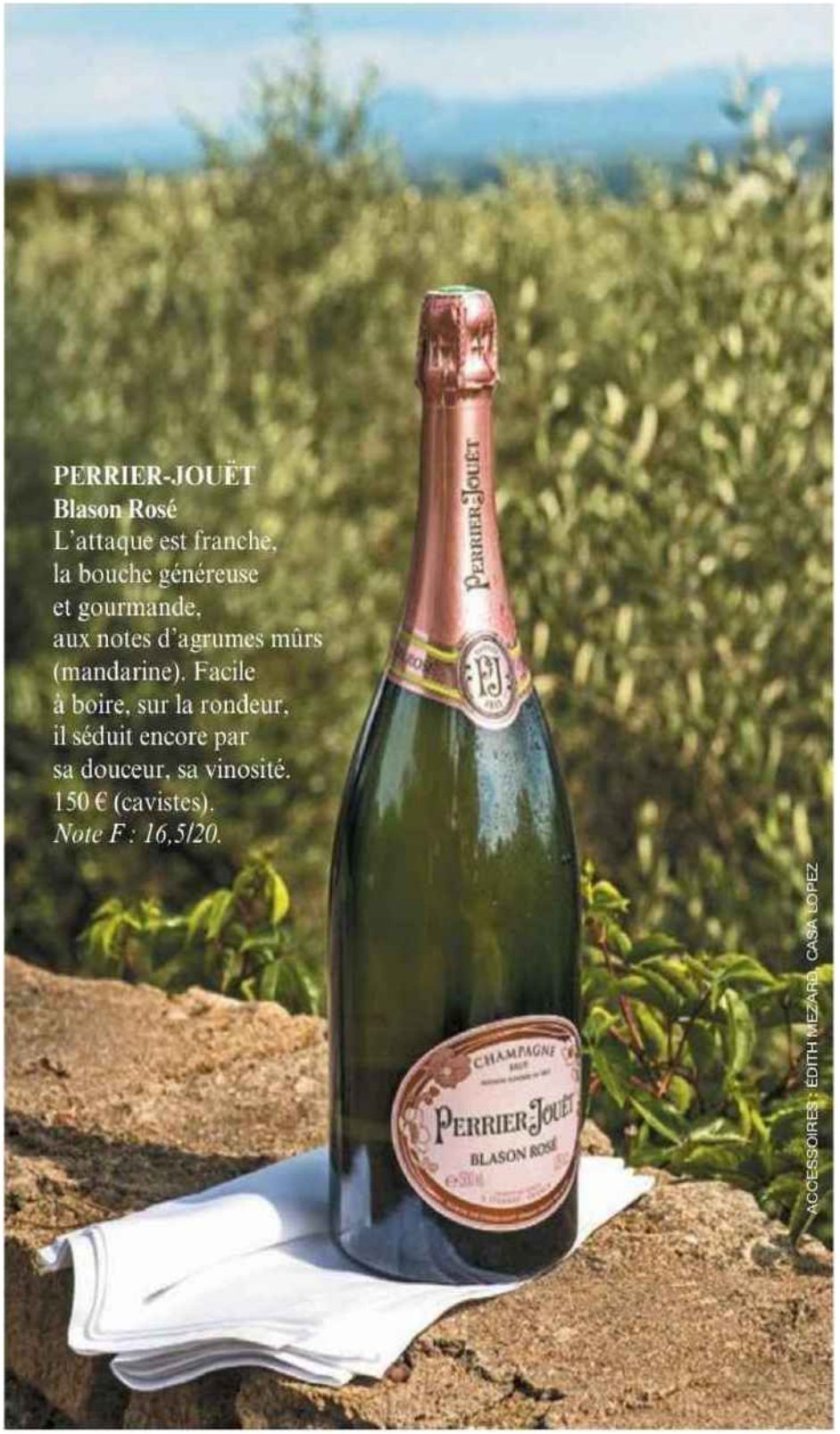
CHARLES HEIDSIECK
Rosé Réserve
En bouche s'entremêlent agréablement des notes de baies rouge noir à la fois mûres et acidulées, soutenues par une belle tension. Finale salivante.
53 € les 75 cl et 115 € le magnum
(Shop.charlesheidsieck.com).
Note F : 17/20.

Ci-contre, de gauche à droite :

DEUTZ
Amour de Deutz 2009 rosé
Une dentelle de mousse crémeuse se dessine sur les parois du verre. Robe couleur pêche, bulles ultrafines, de la finesse et de l'élégance à revendre pour cette cuvée délicate, vive et charnue. 380 € le magnum (épiceries fines et cavistes).
Note F : 17,5/20.

CATTIER
Brut Rosé 1er Cru
Un joli champagne qui cumule douceur et rondeur avec sa bouche généreuse, fraîche et acidulée, moelleuse en finale mais juste ce qu'il faut, grâce au bon dosage.
56,90 € le magnum
(Urban-drinks.fr).
Note F : 16,5/20.

Tous droits réservés à l'éditeur



Tous droits réservés à l'éditeur

RUINART
Rosé
Des notes de fruits exotiques au nez puis, en bouche, rondeur, minéralité et fraîcheurs'associent avec une élégance rare.
636 € le jéroboam (03.26.77.51.51)
Note F : 17,5/20.

TAITTINGER
Prestige Rosé
Paré de reflets cuivrés, un nez fleurant bon les petits fruits rouges, le champagne déploie un maximum de gourmandise, plein de charme, vibrant, croquant.
92 € le magnum (*Drinksco.fr*).
Note F : 16,5/20.





Tous droits réservés à l'éditeur

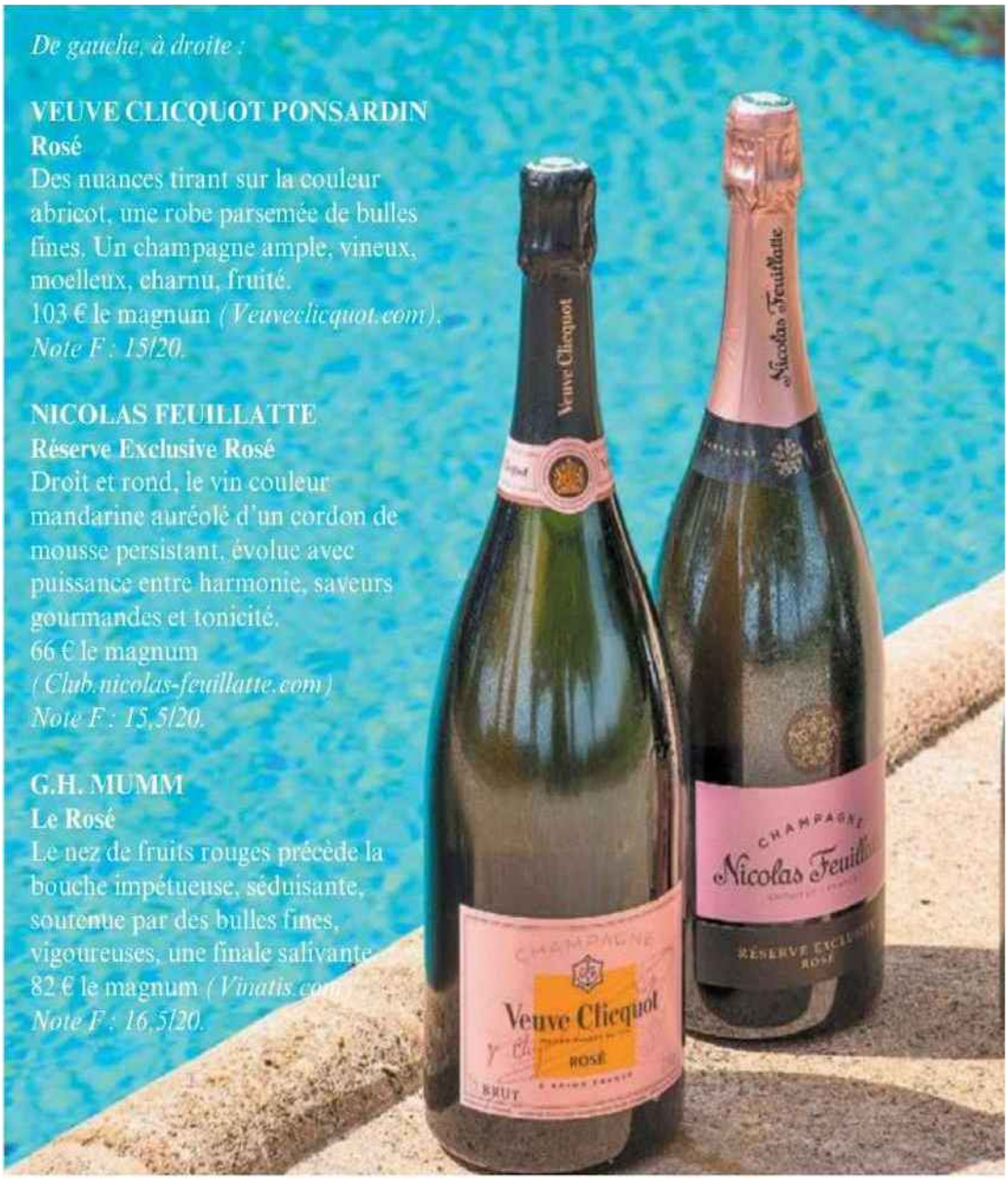
MOËT ET CHANDON
Impérial Rosé
Etincelante, la robe couleur mandarine brille de jolis reflets cuivrés. Intense, sur les petits fruits rouges d'été, le nez annonce la bouche fringante et acidulée.
103 € le magnum *(Vinatis.com)*.
Note F : 16/20.



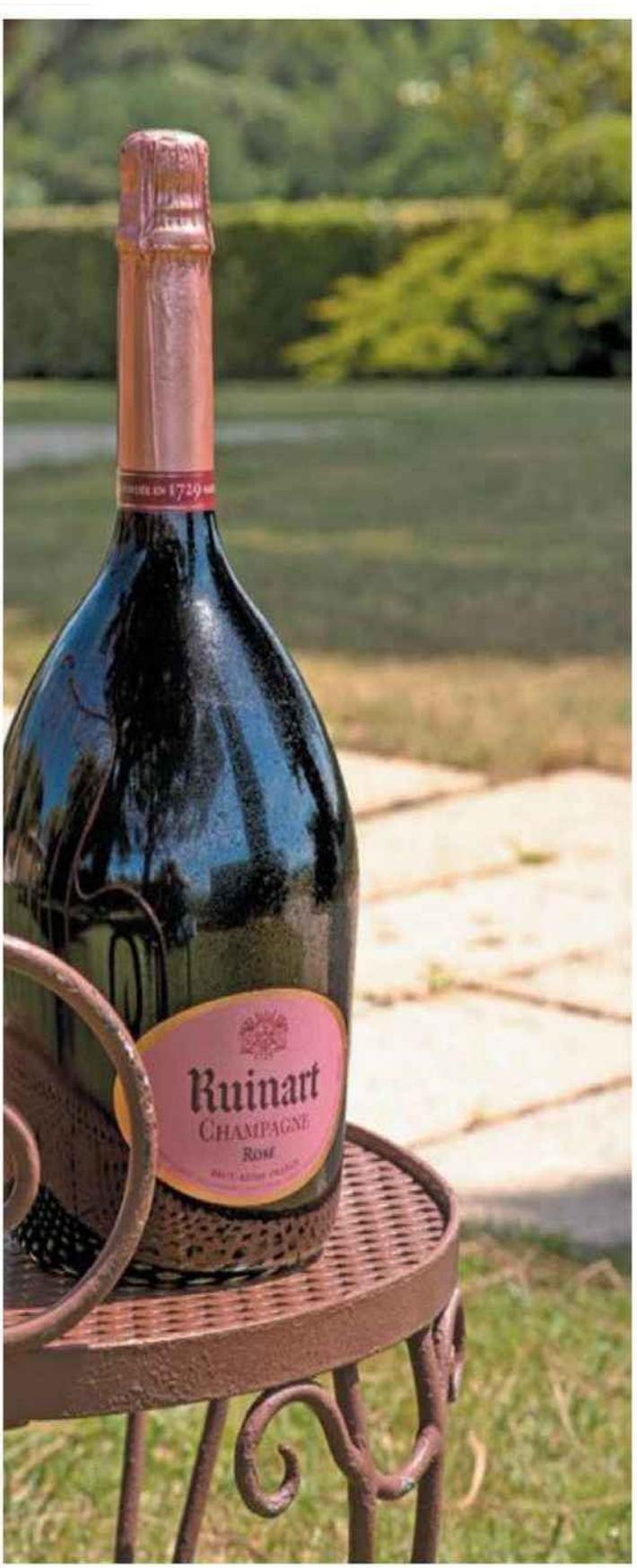


BILLECART-SALMON
Brut Rosé
Toujours aussi séduisant, le fleuron des champagnes rosés de la maison continue de plaire au plus grand nombre. Une cuvée pâle à reflets dorés, dotée de la vivacité de la groseille.
350 € le jéroboam *(Champagne-billecart.fr)*.
Note F : 17/20.

Tous droits réservés à l'éditeur



Tous droits réservés à l'éditeur



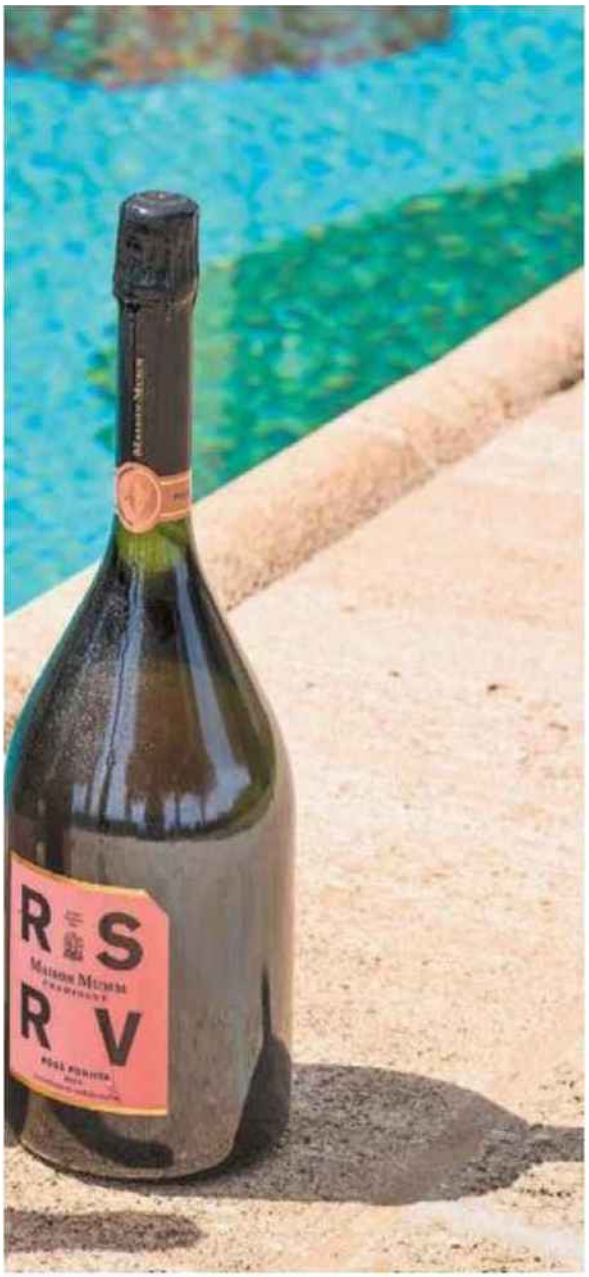
Tous droits réservés à l'éditeur



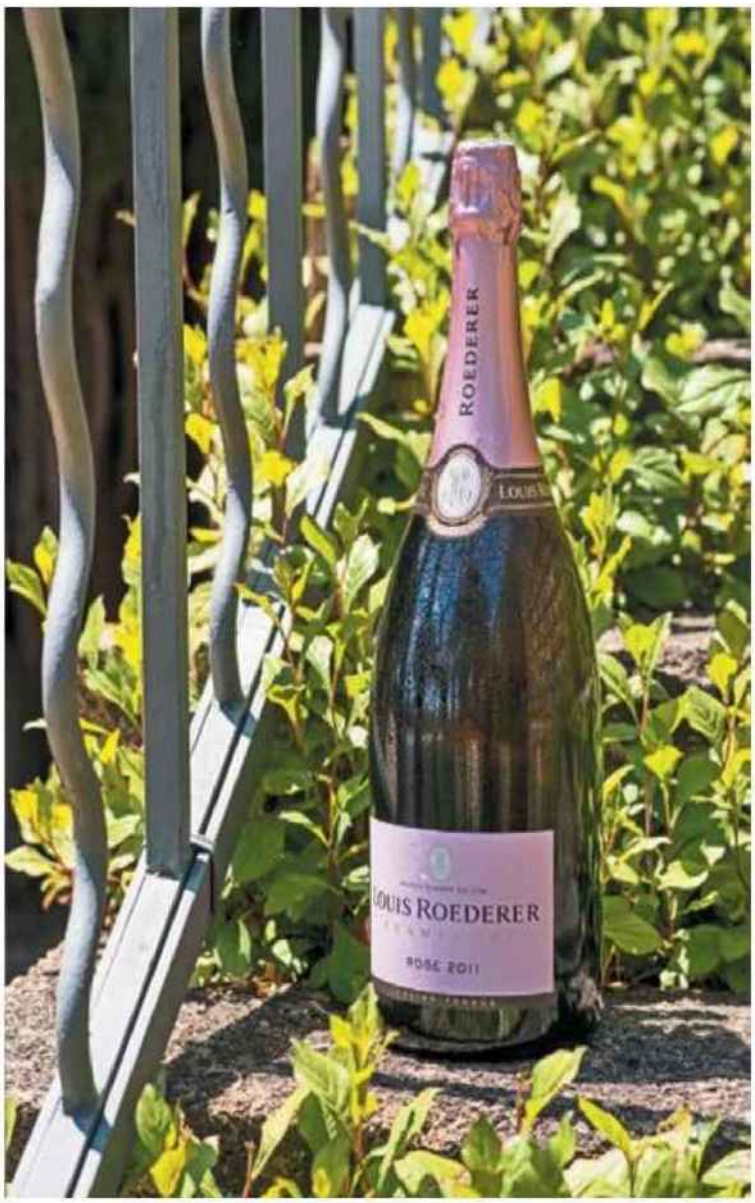
VRANKEN
Demoiselle Brut Rosé
Des notes de baies rouges (fraise des bois, framboise) pour ce vin très pâle à reflets litchi.
D'une vibrante vinosité, très tendu, il s'étire longuement en bouche.
35 € *(Nicolas.com).*
Note F : 15,5/20.

LAURENT-PERRIER
Un cocktail de fruits rouges pour ce rosé de macération (100 % pinot noir) de couleur groseille également marqué par l'élégance, la fraîcheur et la vivacité.
Prix : 600 € le jéroboam (points de vente au 03.26.58.91.22).
Note F : 17/20.

Tous droits réservés à l'éditeur



Tous droits réservés à l'éditeur





LOUIS ROEDERER
Brut Rosé 2011
Belle couleur pétale de rose, effervescence délicate pour ce champagne superbe, sapide, rond, charmeur, éblouissant, tendre. Finale vive, fraîche, acidulée.
146 € le magnum (cavistes).
Note F : 18,5/20.

Tous droits réservés à l'éditeur

JAPON

135° EAST
un mix de culture occidentale et asiatique

Le pays du Soleil levant est réputé pour ses whiskies aux saveurs raffinées. Aujourd'hui, les maîtres distillateurs et blenders japonais s'ouvrent sur d'autres spiritueux tels que le gin inspiré des traditions européennes. Kimio Yonezawa qui exerce ses talents à la jeune distillerie Kaikyo basée à Akashi, en est le parfait témoignage. Cet expert du brassage et de la distillation a planché sur un style de gin baptisé « Hyogo Dry Gin », faisant référence à une période marquante de l'histoire du Japon dans les années 20, appelé Taisho et relatant l'émancipation du pays vers la culture occidentale. Le concept de 135° East ? L'alliance épatante d'un London Dry Gin, une catégorie de type anglo-saxonne avec ses incontournables botaniques (baies de genièvre, angélique, graines de coriandre…) et des ingrédients locaux (bois de cèdre, feuilles de shiso, poivre sansho, yuzu, chrysanthème), complétée d'une touche de saké Junmai (pur riz) distillée. Pour extraire un maximum de saveurs, Kimio Yonezawa a utilisé la méthode de distillation sous vide à l'instar du monde du parfum. La cerise sur le bouchon : son nom s'inspirant du 135e méridien Est où se localise Akashi, ville référence pour fixer l'heure au Japon.



Au nez : des notes subtilement florales. **En bouche :** une belle explosion de saveurs poivrées et épicées.
Prix : 33 € la bouteille de 70 cl à 42%. Disponible dans les magasins Nicolas.

Tous droits réservés à l'éditeur

lully-conseil.blogspot.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Spiritueux : Marussia rachète la distillerie Itkulsky

Le groupe russe Marussia Beverages vient de racheter au groupe Crystal Lefortov, la distillerie Itkulsky JSC, la plus ancienne distillerie en activité en Sibérie.

L'opération représente un montant estimé à 15 M€, avec un investissement supplémentaire de 10 M€ pour rembourser les créanciers après sa mise en faillite l'année dernière. Itkulsky dispose d'une capacité de production annuelle de 24 millions de litres de vodka et de 10 millions de litres d'alcool neutre.

Elle distillait déjà depuis 10 ans la vodka haut de gamme Mamont de Marussia Beverages et la vodka Altaï pour Pernod Ricard. « Cette acquisition va nous permettre de développer notre portefeuille de vodkas, tout en assurant le niveau premium de notre gamme, a déclaré Étienne de Salins, directeur du groupe Marussia Beverages (220 M€ de CA en 2018). L'objectif de cette entreprise, propriété du groupe suédois Haydn Holding AB, fondé en 2004 par l'explorateur arctique Frédérick Paulsen, est de doubler pour 2021 la part de marché de Mamont en Russie et de lancer deux nouvelles marques de vodkas premium. Mamont créée en 2008 et reconnaissable à sa bouteille en forme de défense de mammouth, est distribuée dans 35 pays. Elle affichait en 2019 près de 360 000 bouteilles commercialisées. En France, elle est présente en circuit cavistes (42 €), notamment chez V&B, Intercaves, et Nicolas.

source : VSB

Tous droits réservés à l'éditeur

lully-conseil.blogspot.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article



Tous droits réservés à l'éditeur



PRODUITS

RICARD BIO

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 143070





Date : Aout 2020
Page de l'article : p.26
Journaliste : TINKA KEMPTNER



Quand pastis RIME AVEC BIO

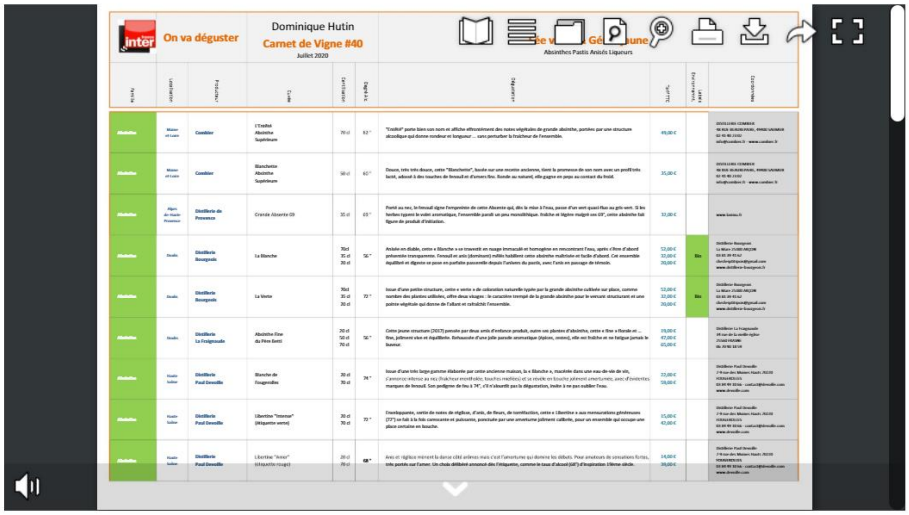
PAR **TINKA KEMPTNER**

Ringard, le Ricard ? Pour séduire une clientèle plus jeune et urbaine, la mythique marque de pastis mise sur le bio. Elle lance deux nouvelles références en même temps : un pastis bio au citron et un autre à l'amande, vendus exclusivement dans la chaîne de cavistes Nicolas. Mais le prix aussi a changé, 10 € plus cher que la recette d'origine ! **25 € la bouteille de 70 cl.**

Tous droits réservés à l'éditeur

Le chronique vin de Dominique Hutin

Son carnet de vin



						monastiques.		http://aromatiquesdularzac.com
Pastis	France	Ricard	Plantes Fraîches	70 cl	45 °	Heureuse surprise que cette version « Herbes fraîches » à des années-lumière (en complexité aromatique, en allonge) de la version standard. On n'hésitera pas à l'allonger d'eau pour équilibrer son caractère légèrement sucré. S'exprime alors une version légère et fraîche, portée par des notes d'agrumes, de fenouil. Une belle ambition, une promesse tenue.	16,90 €	www.nicolas.com

■ FRANCE INTER (19/07/20 à 11:29 | 00:29:35) : « On va déguster » *François-Régis Gaudry*

L'émission est consacrée aux délices de l'anis. Itw de Guillaume Ferroni, artisan distillateur au Château des Creissauds à Aubagne.

Cuisine Actuelle

Pays : France
Périodicité : Mensuel
OJD : 143070





Date : Aout 2020
Page de l'article : p.26

ACTUALITÉS

Quelle belle idée !

Boire du lait d'avoine pour sauver des papillons ? Une idée pas si farfelue ! La marque bio Bonneterre a noué un partenariat avec une coopérative bourguignonne qui cultive de l'avoine sur des parcelles de petite taille entourées de haies, havres de paix pour les papillons. Une chouette initiative pour enrayer la disparition de ces pollinisateurs ailés ! **Dès 1,85 € le litre, dans les magasins bio.**









Gamelle écolo

À bas boîtes en plastique et couverts à usage unique ! Bentos en verre ou Inox (dès 15,50 €), pailles en bambou (10,95 € le set de 6) et couverts en bambou (4,50 € les trois), la marque Point Virgule a tout prévu pour faire rimer déjeuner au bureau avec écolo. **À retrouver chez Ambiance & Styles.**

PINCÉE MAGIQUE

Un peu d'épices, d'espièglerie, c'est un petit pot qui fait envie ! Poudres de galanga et gingembre, basilic, thym, paprika, piment d'Espelette, baies de genièvre, badiane... De quoi réveiller les ratatouilles raplapla ou les grillades trop sages ! **Mon mélange Ratatouille de Terra Madre, 5,10 € les 25 g, en magasins bio.**



Quand pastis RIME AVEC BIO

PAR TINKA KEMPTNER

Ringard, le Ricard ? Pour séduire une clientèle plus jeune et urbaine, la mythique marque de pastis mise sur le bio. Elle lance deux nouvelles références en même temps : un pastis bio au citron et un autre à l'amande, vendus exclusivement dans la chaîne de cavistes Nicolas. Mais le prix aussi a changé, 10 € plus cher que la recette d'origine ! **25 € la bouteille de 70 cl.**



Le glacier, c'est moi

Des sorbets en 20 minutes top chrono ? C'est possible avec la nouvelle machine à glace de Cuisinart. Il suffit de placer des fruits congelés dans le bol préalablement refroidi et d'appuyer sur le bouton. Prépare aussi des glaces et des yaourts glacés. **Capacité, 1,5 l, 130 €.**

ADRESSES EN PAGE INDEX

Tous droits réservés à l'éditeur



PRODUITS

LILLET

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Date : 15/07/2020
Heure : 10:53:11
Journaliste : Laura Izarié

www.cuisineaz.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Lillet sort une édition limitée pour cet été !

Depuis sa création en 1872, le Lillet®, l'apéritif bordelais à succès , ne cesse de séduire le palais des gourmets du monde entier. Jusqu'à annexer le grand écran, en partageant (presque) l'affiche avec James Bond, dans le film Casino Royale ! En effet, cette boisson à base de vin est l'ingrédient phare du cocktail Vesper, très apprécié par le célèbre agent secret. Cet été, les bouteilles de Lillet® blanc et rosé s'offrent une étiquette inédite, imaginée par la styliste de renom Laure de Sagazan. **Il est temps de lever le voile sur la nouvelle allure distinguée de ces breuvages raffinés.**

Les bouteilles de Lillet® sublimées par Laure de Sagazan
Les amateurs de Lillet® blanc ou rosé le savent bien : ces deux boissons alcoolisées ont en commun des notes fruitées et florales affirmées. Côté recette, les préparations de cette édition en partenariat avec Laure de Sagazan, connue pour ses robes de mariée particulièrement élégantes, restent inchangées. En effet, seuls les codes graphiques et historiques de la marque ont été revisités par la styliste.
Au premier coup d'œil, les fins observateurs apprécieront les motifs floraux délicats inspirés de la nature et dorés à la feuille d'or. De leur côté, les vagues, les galons et les arabesques évoquent les broderies sur voile. Un clin d'œil au savoir-faire des dentelières, et à la précision des maîtres de chais de la Maison Lillet® ! De quoi magnifier le flacon, et mettre en valeur les effluves voluptueux du nectar.

Où acheter les bouteilles de Lillet® X Laure de Sagazan® ?
Le Lillet® signé par Laure de Sagazan fait l'objet d'une édition limitée. Disponibles seulement pendant l'été, les bouteilles d'apéritif pimpées par la créatrice sont vendues en exclusivité dans les boutiques Nicolas®. Le Lillet® rosé , comme le Lillet® blanc , est proposé à 17,95€ les 75 cl.
Vous venez de mettre la main sur cette création Food & Fashion, mais vous manquez d'inspiration pour l'apéro ? Préparez un cocktail Vesper ultra frais, à servir dans vos plus beaux verres à cocktail : de quoi magnifier votre breuvage d'exception. Pour commencer, mélangez trois glaçons, 6 cl de gin, 2 cl de vodka, et 2 cl de Lillet® blanc dans un shaker. Filtrez puis agrémentez votre boisson d'un zeste de citron. **Il est temps de vous glisser dans la peau d'un espion au service de Sa Majesté avant de trinquer ;)**

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Édition limitée Lillet x Laure de Sagazan



À l'aube de la saison estivale, Lillet, l'authentique apéritif du Sud de Bordeaux, lance une édition limitée imaginée par la créatrice parisienne Laure de Sagazan. La créatrice Française Laure de Sagazan a redessine l'étiquette et appose sa signature sur une édition limitée de la bouteille Lillet. Utilisant son savoir-faire de broderie sur voile, elle met en valeur les notes florales de l'apéritif, dans sa version Blanc et Rosé. On y retrouve, dorés à la feuille d'or, de délicats motifs floraux qui revisitent les codes graphiques historiques de Lillet. Laure de Sagazan signe ainsi une édition limitée reconnaissable par son style, qui rend hommage au passé, tout en insufflant une touche contemporaine dans l'air du temps. L'ensemble illustre délicatesse et précision, évoquant les méthodes d'élaboration de Lillet, et représente un joli trait d'union entre savoir-faire traditionnel et modernité. Une édition limitée à retrouver en exclusivité dans les **enseignes Nicolas** dès maintenant.

Tous droits réservés à l'éditeur

DÉCISION BOISSONS
La Lettre business des décideurs du monde des liquides

Date : 08/07/2020
Heure : 08:06:04

decisionboissons.fr
Pays : France
Dynamisme : 4

Visualiser l'article

Édition limitée | Lillet créée un apéritif avec Laure de Sagazan

Lillet , l'apéritif du sud de Bordeaux, lance une édition limitée imaginée par la créatrice parisienne Laure de Sagazan . Cette série exclusive, disponible à partir du mois de juillet 2020 chez Nicolas , sera déclinée sur les cuvées de Lillet blanc et rosé. Prix TTC : Lillet blanc 17,95 € et Lillet rosé 15,25 €

Tous droits réservés à l'éditeur

V&S news
L'essentiel de l'actualité économique des Vins & Spiritueux

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : Du 03 au 09 juillet 2020
Page de l'article : p.12
Journaliste : C.F.

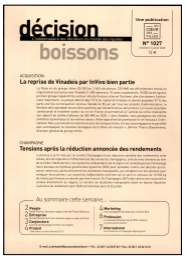
Lillet dévoile sa nouvelle édition limitée

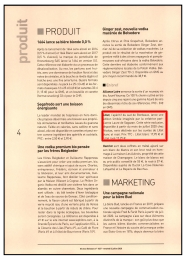
NOUVEAUTÉS

Lillet (Pernod Ricard), l'apéritif français élaboré à base de vin et d'une infusion de fruits, lance une édition limitée imaginée par la créatrice parisienne Laure de Sagazan, qui est déclinée sur les cuvées de Lillet blanc et rosé. Disponible à partir du mois de juillet en exclusivité chez Nicolas et sur leur site Internet au PVC de 17,95 € pour le Lillet blanc et 15,25 € pour le Lillet rosé. *C.F.*

Tous droits réservés à l'éditeur

DÉCISION boissons
L'hebdomadaire des décideurs du monde des liquides
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : 03 juillet 2020
Page de l'article : p.4

Lillet, l'apéritif du sud de Bordeaux, lance une édition limitée imaginée par la créatrice parisienne Laure de Sagazan. Cette série exclusive, disponible à partir du mois de juillet 2020 chez Nicolas, sera déclinée sur les cuvées de Lillet blanc et rosé. Prix TTC : Lillet blanc 17,95 € et Lillet rosé 15,25 €

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Cette semaine à l'affiche…

visuel indisponible

Une édition limitée chez Lillet
Lillet revient pour la saison estivale avec une nouvelle édition limitée tout en broderie. Imaginé en 1872 à Podensac au sud de Bordeaux, cet incontournable de l'apéritif français est issu de l'assemblage de vins français et d'une macération de fruits. Et cette fois-ci c'est la créatrice Laure de Sagazan qui a pu apposer sa signature sur l'étiquette en s'inspirant de la broderie sur voile et de l'univers de la marque. A déguster tout l'été en Lillet Tonic : 5cl de Lillet, 10 cl de tonic et une rondelle de concombre ou de citron. Ces éditions limitées, rosé et blanc, sont à retrouver en exclusivité chez Nicolas (15,25 € et 17,95 €).

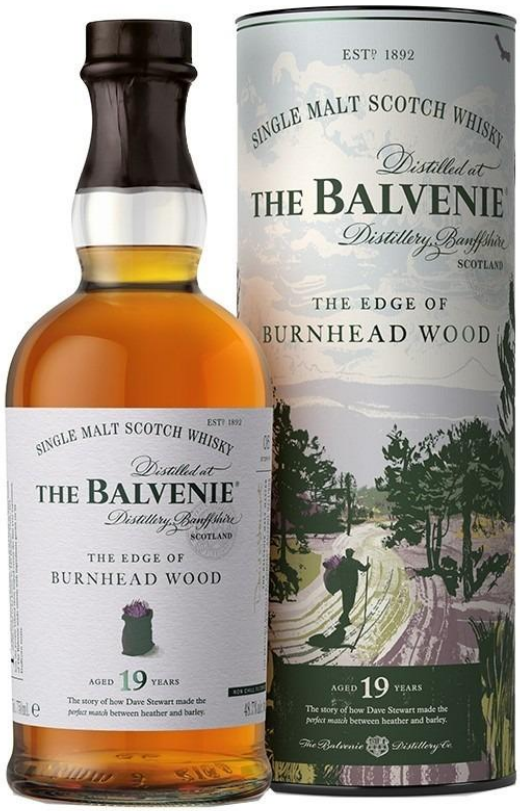


© Lillet

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

The Balvenie – The Edge of Burnhead Wood
La série The Balvenie Stories vient s'enrichir d'une nouvelle référence, un 19 ans d'âge nommé "The Edge of Burnhead Wood". Whisky issu d'une récolte d'orge de 1999 en provenance d'un unique champ non loin de la distillerie et maltée sur place, sa particularité provient du fait que l'orge a été séchée avec de la bruyère de Burnhead Wood, colline qui entoure la distillerie. 20 fûts ont été embouteillés juste avant le confinement. A retrouver autour des 330 €.



© The Balvenie

Du nouveau chez Amiral Rodney
Le rhum de Sainte-Lucie lance la première référence d'une nouvelle série d'éditions limitées rendant hommage à l'Amiral Rodney, officier de la marine britannique du XVIII e siècle s'étant illustré à de nombreuses reprises. Issu du savoir-faire de St. Lucia Distillers, Amiral Rodney Officer's Releases n°1 est le fruit d'un vieillissement de différents distillats de 2006 en ex-fûts de bourbon pendant 13 ans puis d'un finish de 9 mois en ex-fûts de Porto. Une cuvée d'exception dans un superbe flacon à retrouver autour des 95 €.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



@ Ronan Le May

Une terrasse Grey Goose x Molitor
Cet été et jusqu'à début octobre Grey Goose investit le rooftop de Molitor pour une résidence avec vue sur l'iconique piscine parisienne. Pour l'occasion une carte de cocktails Grey Goose a été imaginée par Florian Delmas, chef barman de l'hôtel Molitor. Dj set et couchés de soleil à son prévoir… Il ne manquerait plus que le sable pour que la carte postale soit parfaite. Grey Goose x Molitor – 6 avenue de la Porte Molito, Paris 16.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



© Ronan Le May

Tous droits réservés à l'éditeur

www.fashions-addict.com
Pays : France
Dynamisme : 1

Visualiser l'article

La créatrice Laure de Sagazan habille les bouteilles de Lillet



De plus en plus souvent on retrouve nos créateurs de mode favoris et autres designers tendance mettant à profit leur talent pour illustrer ou relooker des boissons célèbres. C'est généralement plutôt réussi et on apprécie de plus en plus ces éditions collectors. Cet été c'est la créatrice parisienne Laure de Sagazan qui s'essaye à l'exercice en collaborant avec Lillet. Hommage au passé et note contemporaine Maison Labiche pour Grey Goose , Virgil Abloh pour Evian , Moschino pour Cîroc , pour n'en citer que quelques unes, les collaborations entre marques de mode et boissons alcoolisées ou pas ne manquent pas. Cet été c'est au tour de **Lillet, l'authentique apéritif du Sud de Bordeaux** de nous proposer une édition limitée imaginée par la créatrice parisienne Laure de Sagazan . Pour cette collaboration Laure a redessiné l'étiquette et apposé sa signature sur la bouteille Lillet. Utilisant son savoir-faire de broderie sur voile, elle a mis en valeur les notes florales de l'apéritif, dans sa version Blanc et Rosé. On y retrouve, dorés à la feuille d'or, de délicats motifs floraux qui revisitent les codes graphiques historiques de Lillet. Ainsi cette édition limitée rend hommage au passé, tout en insufflant une touche contemporaine dans l'air du temps. L'ensemble illustre délicatesse et précision, évoquant les méthodes d'élaboration de Lillet, et représente un joli trait d'union entre savoir-faire traditionnel et modernité. Un joli mariage tout en délicatesse, l'idéal pour un apéritif fashion entre amis sur une terrasse ombragée ...

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Après avoir travaillé pour Ba&sh, Laure de Sagazan a imaginé sa propre marque en mariant d'une main de maître différentes influences et époques. Grâce à son style rétro/avant-gardiste, elle a su séduire une clientèle fidèle. Elle a également collaboré avec Monoprix pour des robes de mariage . On vous recommande également ces articles :

Thomas Roussel nouvel ambassadeur Richard Mille

Troisième collaboration Reebok et Victoria Beckham

Lenny Kravitz nouveau héros de Yves Saint Laurent Cet apéritif unique est l'un des plus anciens en France puisque la Maison Lillet a été fondée en 1872 par Paul et Raymond Lillet, liquoristes et négociants en vins fins et spiritueux.Ensemble ils ont imaginé Lillet, un assemblage minutieux de vins français et d'infusion de fruits. Depuis la Maison Lillet perpétue ce savoir-faire hérité de ses fondateurs. Les vins et les fruits utilisés dans l'élaboration du Lillet sont rigoureusement sélectionnés afin d'obtenir une complexité aromatique typique. Aujourd'hui encore, les infusions sont produites selon des méthodes datant du XIXème siècle pour garantir la fraîcheur et la puissance des arômes. Une fois les vins et les infusions assemblés, le Lillet Rosé sera directement mis en bouteille pour dévoiler la finesse et la fraîcheur de ses arômes. Le Lillet Blanc, quant à lui, passera plusieurs mois en fûts de chêne pour acquérir la maturité gustative qui le caractérise. Si Lillet peut se déguster seul sur des glaçons il est aussi utilisé en mixologie et peut se boire en version longue avec un tonic.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Découvrez également ce sujet : Sélection shopping - les boissons de l'été 2020
Infos pratiques :
Une édition limitée à retrouver en exclusivité dans les enseignes Nicolas et sur leur site internet à partir de Juillet.
Lillet Blanc - Prix : 17.95 euros
Lillet Rosé - Prix : 15.25 euros
L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

Par Fashions-addict.com

Tous droits réservés à l'éditeur



PRODUITS

LES PETITES RECOLTES

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins



Avec ses "nouvelles Petites Récoltes", Nicolas célèbre les 25 ans de la marque

Publié le 07-07-2020



A partir du 8 juillet, Nicolas propose en exclusivité dans son réseau de magasins et sur le site petitesrecoltes.fr, une toute nouvelle collection de ses vins « Les Petites Récoltes » et célèbre ainsi les 25 ans de cette gamme. Une belle occasion de fêter l'arrivée de l'été !

En 1995, Nicolas lance la gamme de vins de pays « Les Petites Récoltes », créée par Olivier Saguez, assemblée par les œnologues Nicolas et proposée à des petits prix permettant à ses produits d'être accessibles au plus grand nombre.

A l'occasion de ses 25 ans d'existence, la gamme se transforme : **7** références sur l'été, soit au total 3 rosés, 2 blancs et 2 rouges qui revêtent pour l'occasion des couleurs vives et acidulées.

LE GUIDE PREMIUM



Vous possédez la version PRE Guide ?

Activez votre abonner PREMIUM ici. (/offer/premium/abonn

(/offer/premium/abonnement/)

LA BOUTIQUE

Acheter les vins du guide



Sélection 2020 ★★★

ACCÉDER À LA BOUTIQUE (HTTPS://HACHETTE-VINS.SHOP/)

LA COMMUNAUTÉ

Suivez-nous pour recevoir l'actualité du vin et rester informé de tous nos bons plans.

Les Vins de Pays à l'honneur, des vins pour toutes les occasions, à petit prix

Les Petites Récoltes (https://www.petitesrecoltes.fr/) sont les vins de toutes les occasions. Avec cette nouvelle gamme, Nicolas souhaite renouveler l'attrait des Vins de Pays (Indication Géographique Protégée), et valoriser la variété des terroirs, à des prix accessibles : 4,50 € par bouteille.

7 références colorées à déguster pour l'apéritif et les repas à l'extérieur

A l'apéritif

- **Un vin rosé du Pays d'Oc** (Languedoc-Roussillon), un vin adapté pour l'apéritif, avec une robe corail et un goût fruité amené par des notes de myrtilles et de mûres sauvages.
- **Un vin blanc de Gascogne** (Sud-Ouest), à la robe pâle aux reflets verts argentés, avec des notes épicées, mentholées et fruitées.

Pour les repas

- **Un rosé des Coteaux de Peyriac** (Languedoc-Roussillon), avec une robe pâle saumonée, avec des notes d'airelles et de groseille qui lui donnent un goût frais.
- **Un vin rouge du Comté Tolosan** (Sud-Ouest), à la robe pourpre sombre et intense, aux nez fleuri (violette) et fruité (cassis).
- **Un vin blanc des Coteaux de Peyriac** (Languedoc-Roussillon) à la robe pâle aux reflets verts, au nez frais de fruit de la passion, d'agrumes mais aussi aux notes de thym et de romarin.

Avec des grillades

- **Un rosé du Comté Tolosan** (Sud-Ouest), avec une robe corail et des notes florales de lilas et de violette qui lui confèrent une grande finesse
- **Un rouge des Coteaux de Peyriac** à la robe rubis, au nez parfumé de thym et de laurier et aux notes épicées.

Plus d'informations

Voir le site **www.nicolas.com (https://www.nicolas.com/fr/)** et **Les Petites Récoltes (https://www.petitesrecoltes.fr/)** et sur **Instagram (https://www.instagram.com/lesvinsnicolas/)** @lesvinsNicolas, **Facebook (https://www.facebook.com/lesvinsnicolas)** et **Twitter (https://twitter.com/dismoinicolas)**

UN MOT DU VIN

Caudalie (/tout-sur-le-vin/glossaire-vins/c/)

Unité de mesure de la durée de persistance en bouche des arômes après la dégustation (1 caudalie = 1 seconde).

PARTAGEZ L'ARTICLE SI VOUS AVEZ AIMÉ :

Toutes les fiches pratiques

■ SUD RADIO (04/07/20 à 12:30 | 00:27:43) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris. Itw de Christopher Hermelin, directeur de la communication et du marketing chez Nicolas. Les Petites Récoltes de Nicolas fêtent ces 25 ans aujourd'hui.



PRODUITS

FAV

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Rayon Boissons
Le Magazine des Boissons en Grande Distribution
Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 3868





Date : Juillet - aout 2020
Page de l'article : p.15-17
Journaliste : FRÉDÉRIC GUYARD

GRAND ANGLE

ENQUÊTE

UNE FOIRE AUX VINS À SAUVER !

Dans un contexte de crise sanitaire encore très présent, les enseignes abordent les prochaines opérations d'automne avec beaucoup d'incertitudes. Si l'édition 2020 aura bien lieu, le principal objectif sera de préserver le chiffre d'affaires de cet incontournable du calendrier promotionnel. Ce qui serait déjà une belle performance.

SOMMAIRE

P 17
Le calendrier officiel des foires aux vins 2020

P 18
Le bilan commercial de l'édition 2019

P 20
Les points forts de l'offre 2020

P 26
Les coups de cœur de Rayon Boissons à moins de 10 €

Cet exemple verse, il est vrai, dans le catastrophisme. Rencontré en juin, cet adhérent Intermarché n'y est pas allé avec le dos de la cuillère au moment de se projeter sur les prochaines foires aux vins de septembre. « *Pour ma part, je table sur un - 50 % au niveau du chiffre d'affaires,* annonce-t-il. *Je fais tous les ans beaucoup de grands crus et, vu le contexte, j'ose à peine appeler mes clients pour leur proposer d'acheter des caisses à plusieurs centaines euros.* » D'autant que le problème est très loin de se résumer à la seule question des châteaux de prestige bordelais, quand bien même ils pèsent lourd en valeur. Pour être complet, il faut y ajouter des conditions sanitaires drastiques qui n'incitent guère à se rendre dans les lieux publics comme les magasins, l'annulation possible des soirées d'inauguration, un budget et un moral des Français en berne, des promos toujours encadrées par la loi Egalim, sans parler d'une édition 2019 déjà franchement mauvaise *(cf. encadré ci-après)* et d'un rayon vins qui ne cesse de dévisser.

Dans le genre « mauvais alignement des planètes », il y a effectivement de quoi avoir peur ! Sans doute pas dans les proportions alarmistes de ce Mousquetaire mais il ne faut pas nier l'évidence qui se présente face à la filière vins en grande distribution : le traditionnel rendez-vous de septembre a tout pour se prendre les pieds dans les tapis. Sondées par la rédaction pour la réalisation de ce numéro spécial, les enseignes sont bien conscientes des risques.

Pour autant, pas question de rogner sur l'événement de l'année du linéaire vins. Pour couper court, il n'a jamais été question de remettre en cause la tenue des opérations automnales entamées dès la fin de l'année 2019. « *Nous avons fini notre sélection début mars*

Tous droits réservés à l'éditeur

Rayon Boissons
Le Magazine des Boissons en Grande Distribution
Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 3868

Date : Juillet - aout 2020
Page de l'article : p.15-17
Journaliste : FRÉDÉRIC GUYARD



et nous avons bien l'intention de valoriser tout le travail effectué », lâche ainsi un responsable de catégorie vins. Et ce, même si lui et ses concurrents sont à ce jour bien incapables de tabler sur une évolution des ventes. Gérard Brégeon, associé à La Tranche-sur-Mer (85) et responsable de la file vins de Système U, trouverait déjà « *exceptionnel de faire aussi bien que l'an dernier. Pour autant, je préfère raisonner sur un chiffre d'affaires annuel car les temps forts consacrés à la catégorie font que le rendez-vous de septembre perd logiquement de sa dimension.* » Ce qui revient à tabler sur une baisse d'ici quelques semaines comme s'y attendent toutes les enseignes à l'instar de Match. « *Cela semble une évidence même si nous mettons tout en œuvre pour que cela n'arrive pas,* prévient Patrick Hourdeau, directeur de Vimaco. *Plutôt que de baisser les bras, nous développons une stratégie depuis quelques années visant à renforcer notre image de caviste et de découvreur de talents.* » Si les aspérités de l'offre des enseignes sont à découvrir dans les pages suivantes de ce dossier, l'état d'esprit qui anime le patron des vins des supermarchés Match illustre parfaitement celui de ses concurrents. Au fur et à mesure que la situation liée à la pandémie semble se détendre, les distributeurs retrouvent même un certain enthousiasme qui ne sera pas de trop pour porter ces foires aux vins 2020. Lesquelles jouent gros cette année pour conserver leur statut d'incontournable du calendrier promotionnel de la grande distribution.

ALDI DÉCALE SON OPÉRATION D'UN MOIS

Un calendrier qui a d'ailleurs connu quelques changements par rapport à l'an dernier *(cf. encadré ci-dessous)*. Si les enseignes n'ont pas « profité » de la situation pour tenter une opération unique en novembre qui mêlerait les foires d'automne et de Noël — thèse régulièrement évoquée mais encore jamais appliquée -, elles ont toutefois tendance à retarder le début des hostilités. La course à celui qui « tire le premier » est bel et bien finie, ce qui laissera le champ libre au groupe Casino et à Lidl pour ouvrir le bal. Intermarché et Carrefour restent les seuls « gros » sur la première quinzaine de septembre tandis que Match, Biocoop, Système U et Carrefour Market reculent de quelques jours, voire d'une semaine, la date d'ouverture. Tout d'abord pour se détacher d'un été indien qui génère une météo trop chaude peu propice à l'achat de vin. Aussi et surtout pour laisser aux ménages français le temps de digérer les dépenses liées aux vacances, à la rentrée scolaire, aux impôts (le prélèvement à la source ne règle pas tout) et de recevoir leur salaire de septembre. Avec Monoprix, qui avance pour sa part de deux semaines après avoir été le plus tardif l'an dernier, il y aura donc du

Les opérations digitales

AUCHAN.FR
À partir du 10/09

CARREFOUR
du 2/09 au 11/10
(pré-réservations)

MA CAVE LECLERC
À partir du 1er/09
(offre exclusive)
du 15 au 25/09
(pré-réservations)

VEEPEE
À partir du 2/09

CDISCOUNT
du 3 au 27/09

AUCHAN DRIVE
AUCHANDIRECT.FR
du 22/09 au 6/10

LE PETIT BALLON
du 2 au 23/09

Le calendrier officiel des foires aux vins 2020

CASINO	du 28/08 au 13/09	CORA	du 15/09 au 3/10
GÉANT CASINO	du 1er au 13/09	CARREFOUR PROXI	du 18 au 27/09
NETTO	du 1er au 13/09	MONOPRIX	du 18/09 au 4/10
LIDL	à partir du 2/09	FRANPRIX	du 23/09 au 11/10
CASINO PROXI (Petit Casino, Spar, Vival)	du 8 au 20/09	CARREFOUR MARKET	du 25/09 au 11/10
BIOCOOP	du 8/09 au 17/10	SYSTÈME U	du 29/09 au 10/10
CARREFOUR	du 8 au 21/09	LECLERC	du 29/09 au 10/10
MATCH	du 10 au 27/09	AUCHAN	du 22/09 au 6/10
INTERMARCHÉ	du 8 au 27/09	ALDI	à partir du 6/10
NICOLAS	du 9/09 au 13/10		

© Rayon Boissons

Tous droits réservés à l'éditeur

Rayon Boissons
Le Magazine des Boissons en Grande Distribution
Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 3868
Date : Juillet - aout 2020
Page de l'article : p.15-17
Journaliste : FRÉDÉRIC GUYARD



Le chiffre d'affaires des soirées d'inauguration oscille entre 15 % et 30 % des ventes globales des foires aux vins pour les magasins qui proposent ce type d'événement. Les distributeurs espèrent que la situation sanitaire permettra leur tenue.

» monde sur la piste à partir de la deuxième quinzaine de septembre puisque Auchan et, une semaine après, Leclerc et U prendront place. Le changement le plus fort demeure celui d'Aldi qui a décalé ses dates d'un mois pour démarrer le 6 octobre. Le hard-discounter teste ainsi un nouveau calendrier dont l'objectif est de s'affranchir de la rentrée scolaire. Il a pris la marge nécessaire pour y parvenir.

UNE COMMUNICATION 3.0

Indépendamment de la date choisie, l'avenir des prochaines foires aux vins réside aussi dans la capacité des enseignes à créer l'événement. Alors que le battage médiatique risque d'être moindre à cause d'une campagne de présentation à la presse très affaiblie au mois de juin *(cf. papier p. 10)*, il va falloir user de nouveaux stratagèmes pour appâter les consommateurs. Le « distanciel », qui rythme notre sémantique et nos vies depuis le mois de mars, sera l'un des enjeux phares en 2020. Les boîtes mail, les réseaux sociaux ou les SMS auront pour principales missions de déclencher l'achat sur les plateformes de e-commerce, aussi nombreuses et variées soient-elles. Du système de pré-réservations – sur lequel vont s'affronter Carrefour et Leclerc – aux sites marchands des enseignes en passant bien évidemment par le drive, le digital apparaît comme une formidable alternative à tous ceux qui hésiteront à se rendre en magasins.

À ce titre, des visio-dégustations pourraient remplacer les traditionnelles soirées sur les lieux de vente afin de maintenir le lien avec les clients. Un système d'ailleurs utilisé par Carrefour, Système U et Intermarché pour faire la promotion de leur sélection auprès des responsables liquides en magasins et ainsi les motiver à s'engager le plus possible. Même le conseil des clients pourrait se numériser sensiblement pour cette fois pallier un déficit d'échanges physiques sur le lieu de vente. Enfin, pour compenser un manque de convivialité que le monde du vin n'a pourtant de cesse de mettre en avant, l'offre sur catalogue sera bien évidemment déterminante. À ce sujet, toutes les enseignes sans exception promettent une foire aux vins différente des années passées. Cette communication pré-opération est d'ailleurs symbolisée par une constante. Aucun distributeur – et Rayon Boissons a échangé avec l'intégralité d'entre eux – n'a évoqué les grands crus de Bordeaux. À ce titre-là, l'édition 2020 est d'ores et déjà une première.

FRÉDÉRIC GUYARD AVEC LA RÉDACTION

LE BILAN COMMERCIAL DE L'ÉDITION 2019

Les AOP 10 ans en arrière

VENTES TOTALES DE VINS AOP EN MILLIONS D'EUROS DURANT LES FOIRES AUX VINS 2019



La baisse se confirme pour les vins tranquilles d'appellations avec une seconde année en recul. S'il est permis d'y voir un lien pour des grands crus issus d'un 2017 moins coté, il y a aussi et surtout un effet EGA avec des promos moins attractives sur les principales unités de besoin comme les AOP bordeaux et côtes-du-rhône.

Le Val de Loire grand gagnant

ÉVOLUTIONS DES VENTES EN VOLUME PAR VIGNOBLE D'APPELLATIONS DURANT LES FOIRES AUX VINS 2019

(Ventes totales en millions de litres)



Le Val de Loire confirme sa bonne forme générale en foires aux vins. La pluralité de la production et les bonnes récoltes successives favorables aux rouges offrent de nouvelles possibilités au vignoble ligérien. Quant aux blancs, ils s'affirment plus que jamais comme une valeur sûre de la sélection d'automne des enseignes.

Sources : IRI pour le CIVB d'après fabricants

© Rayon Boissons

Tous droits réservés à l'éditeur



CORPORATE

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

www.observatoiredelafranchise.fr
Pays : France
Dynamisme : 4

Visualiser l'article

Petit budget et bonne rentabilité : le commerce alimentaire en franchise en forme

Incontournables au cœur de nos cités et de nos villages, les commerces alimentaires rencontrent un succès croissant, sans être impactés négativement par la conjoncture due au coronavirus, bien au contraire

3% d'augmentation tous les ans
S'il est un domaine d'activité qui tire profit de la situation sanitaire actuelle, c'est bien celui de l' **alimentaire** . Figurant parmi la short list des activités essentielles, ils ont continué d'accueillir la clientèle tout au long du confinement, voyant leur chiffre d'affaires réaliser d'importantes progressions. Et ce mouvement pourrait bien s'amplifier dans les années à venir, comme le confirme une étude Xerfi, réalisée avant la crise. En effet, les ventes ont augmenté de 3.4 % d'une année sur l'autre, dans les supérettes de proximité, les clients étant à la recherche de contacts humains et de conseils avisés, autant d'éléments difficiles à trouver en grande surface.

Quels sont les petits commerces de proximité les plus rentables ?
A l'intention des personnes souhaitant investir dans un magasin de proximité, les secteurs profitant le plus de cet engouement sont donc les épiceries de centre ville, les marchés, les supérettes et aussi les vendeurs de fruits et légumes (+5.5 %) et les cavistes (+ 7.8 %), sans oublier les magasins qui atteignent les 10 % de hausse dans le même temps.



En moyenne, Xerfi prévoit une poursuite de cette tendance, de l'ordre de 3% par an, pour les années à venir, de quoi encourager les candidats désirant investir dans un magasin de proximité, d'autant que la formation fournie le franchiseur s'avère très complète et que sauter le pas nécessite un relativement faible apport.

Tous droits réservés à l'éditeur

Le bon moment pour créer son entreprise en franchise
C'est donc le moment pour créer son entreprise, et de se poser la question : quel est le coût de l'ouverture d'un magasin alimentaire ? Celui-ci varie en fonction des marques, de la taille du magasin et de sa spécialité. En tout état de cause, il existe de nombreuses franchises à vendre…

Investir : quel budget prévoir pour ouvrir un magasin de proximité ?
A titre d'exemple, pour qui souhaite investir dans un **magasin de proximité** , l'investissement à prévoir est de **7 500 euros** pour entrer chez Carrefour City , mais il s'agit là d'une formule de **location-gérance** et non de franchise pure. Donnant accès à la centrale d'achat, ce système est également pratiqué chez Casino (et ses marques Spar , Vival , etc…).



L'avantage est de pouvoir se former au métier de chef d'entreprise, recueillir une certaine expérience, puis une fois fin prêt, devenir franchisé à part entière, à condition que la rentabilité ait atteint un niveau suffisant.

Autre exemple, chez Cavavin , l' **apport personnel** demandé se situe entre **30 et 40 000 euros** . Et pour ceux qui se demandent quel est le chiffre d'affaires moyen d'un magasin alimentaire de ce type, il est estimé à **300 000 euros par an** , pour les meilleurs emplacements. Quant aux profils recherchés, il s'agit « *non pas d'experts du vin mais d'épicuriens, de personnes sachant écouter et conseiller le client et qui ont surtout des qualités d'entrepreneurs* » selon **Olivier Mermuys** , Directeur Général du groupe bordelais.

iframe : redir.opoint.com
Un modèle plébiscité par les Français, notamment dans le bio

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Alors que jusque dans les années 90, c'était les grandes surfaces de périphérie qui recueillaient les suffrages des consommateurs, ce sont depuis quelques années les commerces de proximité qui jouissent d'un véritable retour en grâce.

Parmi ceux-ci on remarque un attrait particulier pour le **bio** , qui occupe le rôle de levier de croissance pour tout l'alimentaire. Les raisons sont multiples, notamment la prise de conscience des Français de l'importance de préserver notre belle planète.



Après avoir été la chasse gardée de spécialistes, ce sont désormais de grandes chaînes de distribution qui investissent ce terrain porteur, à l'instar de Carrefour Bio et sa trentaine d'implantations, ou bien de Naturalia , qui annonce également **35 franchises** , mais qui atteint les **215 unités en France** si on y ajoute les magasins en propre.

De multiples commerces alimentaires pour investir
Selon la FFF, on dénombre plus de 200 réseaux actifs dans l'alimentaire en franchise : **boulangeries, supérettes, épiceries, crêperies, chocolateries, kebabs…** Vous n'aurez que l'embarras du choix.

A titre d'exemple, la **boulangerie** est très bien représentée en France, puisque en 2019, leur nombre s'élevait à **29 600 unités** , pour un chiffre d'affaires atteignant les **11 milliards d'euros** : nos compatriotes sont toujours aussi fidèles à leur baguette quotidienne et à leur sandwich du midi, malgré la concurrence.

C'est d'ailleurs grâce au pain que les boulangers réalisent les meilleures marges, sa part pesant pour 45% du CA total des boulangers, tandis que la pâtisserie représente 18.20%. Le sandwich n'est pas en reste, marquant une hausse de 15% depuis 2015.

Tous droits réservés à l'éditeur

Afin de proposer une qualité uniforme et de tirer les prix, les grandes chaînes de franchises investissent de nombreux emplacements, qu'il s'agisse de centre-ville ou de périphéries. Parmi les marques recherchant des candidats, citons les incontournables Brioche Dorée et La Mie Câline , ou bien les trois plus jeunes réseaux Le Pain du Jour , L'Atelier Papilles et Fischer .



En fonction de votre choix, vous devrez débourser entre **60 et 100 000 euros** d' **apport personnel** mais une forte rentabilité est au rendez-vous, puisque celle-ci peut atteindre les **600 000 euros de CA** au bout de deux années d'exercice, pour ceux qui souhaitent savoir combien rapporte un magasin d'alimentation de ce genre.

Autre choix, à consonance française également, **les caves à vin** . Là aussi, la franchise est particulièrement dynamique, avec des réseaux comptant des dizaines de magasins partout dans le pays, avec chacun spécificité :

Inter Caves (large choix de vins, bières et spiritueux), Cavavin (réseau historique âgé de 35 ans), La Vignery (moyennes surfaces de périphérie), BiBoVino (le Bib de qualité) et enfin Nicolas , qu'il n'y a plus vraiment besoin de présenter. Un **apport financier** de l'ordre de **50 000 euros** est nécessaire au départ, pour un **chiffre d'affaires** pouvant dépasser le **million d'euros** , en fonction de l'emplacement et à condition d'avoir évalué avec soin au départ le budget pour ouvrir son commerce alimentaire.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Quant aux profils recherchés qui sont souvent des cadres lassés du salariat, laissons la parole à **Hugues le Marié** , Directeur Général des Domaines qui Montent , concept mêlant vins, produits du terroir et petite restauration sur place :

Entrer dans une franchise donne droit à une formation, un suivi et une assistance, mais aussi à des services de communication d'ampleur nationale, autant d'éléments auxquels les indépendants ne peuvent avoir accès.

Les chiffres sont tirés de l'Etude Xerfi-Precepta (d'après l'INSEE) .

Tous droits réservés à l'éditeur

www.hello-franchise.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Ouvrir Une Franchise Nicolas



Ses devantures bordeaux et son enseigne jaune font de plus en plus partie du quotidien des consommateurs français. Principalement situés en centre-ville, le groupe Nicolas, créé aux XIXè siècle, est spécialisé dans la vente de vins et spiritueux. Pour accélérer son développement, la direction a décidé depuis trois ans de faire appel, à nouveau, à la franchise ; Dans cet article Hello Franchise vous dit tout sur ce groupe et sa stratégie.

Historique, développement et concept
La Maison Nicolas voit le jour en 1822 à Paris avec un concept révolutionnaire (pour l'époque) : vendre le vin dans une bouteille. En effet, à l'époque la consommation de vin se faisait dans les cabarets ou les boutiques à vin. Pour consommer chez soi, on ne pouvait qu'acheter un fût ! Pas très pratique…En 1870, Nicolas compte une trentaine de magasins. En 1921, le groupe lance sa première campagne de communication. L'année suivante, le groupe créé son emblème, appelé Nectar. En décembre 1933, le groupe compte près de 233 boutiques en France. En 1988, le groupe est racheté par Castel Frères. En 1989, le groupe décide de faire appel à la franchise pour se développer. Mais très vite, le groupe stoppe cette stratégie car mal pensée et mal maîtrisée. En 1995, Nicolas propose à la vente sa première gamme en propre appelée les Petites Récoltes. En 2000, le groupe met en place son site internet afin de proposer à ses clients de pouvoir commander les produits proposés par le groupe. En 2018, le groupe possède plus de 500 magasins, dont 498 en France et dans d'autres pays : Suisse, Liban, Royaume-Uni, Maroc et Belgique. Fin décembre 2018, le groupe annonce une association avec le groupe de chocolaterie De Neuville et le groupe de produits traiteur haut de gamme Comtesse du Barry. Quelques jours après seulement ; Nicolas inaugure son premier magasin franchisé depuis la décision d'y avoir à nouveau recours : un point de vente situé à Chamonix. Une stratégie marquée du sceau du pragmatisme. En effet, comme l'expliquait son responsable du marketing Christophe Hermelin, la franchise était la solution la plus efficace pour combler le manque de présence et de visibilité de la marque dans les régions françaises.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Le réseau très principalement du vin et du champagne, mais aussi des spiritueux, des gâteaux apéritif, des verres et des tire-bouchons.

Devenir franchisé du réseau
Pour rejoindre le groupe Nicolas, les droits d'entrée sont fixés à 30.000€ alors que l'apport personnel devra être de 50.000€. Le prix moyen des travaux et de l'agencement est estimé à 70.000€. L'investissement global est estimé à 150.000€. La durée du contrat de franchise sera de 5 ans. L'emplacement souhaité sera un n °1 en centre-ville. La formation initiale durera quatre semaines. La surface moyenne d'un magasin sera de 70m2 (50m2 de rayons et 20m2 de réserve). Voulant éviter les erreurs de son premier développement en franchise, le groupe vise exclusivement les centre-villes, recrutant des franchisés très bons connaisseurs de la zone de chalandise et des goûts des clients. L'objectif ? Ouvrir 200 franchises d'ici 2021. En 2019, Nicolas a inauguré près de 50 franchises.

Conclusion
Nicolas, groupe spécialisé dans la vente de vins et spiritueux, est une marque bien connue des consommateurs français. Mais pas forcément encore présente dans de nombreux centre-villes. Un manque que la direction du groupe souhaite régler en faisant appel à la franchise depuis fin 2017. Une marque présentant de nombreux atouts et qui cherche donc de futurs candidats à la franchise pour les prochains mois ! Une opportunité à ne pas laisser pour qui aimerait se lancer dans le secteur des vins et spiritueux, d'autant que l'investissement global ne représente pas un frein insurmontable.

Tous droits réservés à l'éditeur



MENTIONS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

ET AUSSI

MONDIAL TISSUS

Depuis le début de l'année 2020, ce sont déjà 5 nouveaux franchisés qui ont rejoint l'enseigne Mondial Tissus, à Laval, Amiens, Melun, Chartres & St-Brieuc.

À Laval avec Pierre-Yves & Christophe, comme à Melun avec Romuald et ses associés, ces franchisés étaient déjà à la tête de leur propre société, dans la fête et la distribution alimentaire. De vrais profils de gestionnaires avertis !

À Amiens, l'enseigne retrouve Nicolas qui connaît déjà Mondial Tissus avec plus de 8 ans d'expérience en tant que responsable magasin.

Enfin, à Chartres et St-Brieuc, l'enseigne est fière d'accompagner 2 jeunes femmes dans leur premier projet d'entreprenariat, Anne-Sophie et Fanny.

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 27/07/2020
Heure : 12:52:16
Journaliste : Laura Bernaulte

www.terredevins.com
Pays : France
Dynamisme : 4

Visualiser l'article

[Concours du meilleur caviste de France] Cap sur les qualifications



Après avoir passé avec succès l'épreuve des pré-sélections, qui s'est tenue en ligne lundi 22 juin dernier , 40 cavistes sont sélectionnés pour la prochaine étape du Concours créé par le Syndicat des Cavistes Professionnels et organisé par Terre de Vins (les 40 noms en fin d'article). Voilà ce qui les attend le lundi 14 septembre 2020 au sein de La Maison de champagne Canard-Duchêne.

Ils ont dû déployer tout leur savoir et leur expertise, tant sur le plan des connaissances sur les vins, spiritueux et autres alcools de qualité, que sur la bonne tenue d'un commerce spécialisé ou sur la pertinence de leurs conseils, pour être retenus et concourir lors de l'étape des qualifications au Concours du meilleur caviste de France. Elle verra s'affronter le 14 septembre les aspirants au titre lors de deux épreuves : un questionnaire écrit (sur 100 points) et une dégustation à l'aveugle en vue de l'identification par écrit de différents produits (sur 100 points). Un classement sera établi en fonction des points recueillis par chaque candidat, les huit candidats ayant obtenu les meilleures notes se retrouvant lors de la grande finale, le lundi 19 octobre à Paris.

Pour mieux connaître les 40 cavistes qualifiés, rendez-vous à partir du 1er août sur le Facebook du Concours du meilleur caviste de France . Chaque jour, un nouveau portrait de caviste y sera diffusé.

Les 40 cavistes retenus pour l'épreuve des qualifications, qui se tiendra le lundi 14 septembre 2020 au sein de La Maison de champagne Canard-Duchêne, sont (par ordre alphabétique) :

Monsieur BALL Philippe : La Cave des Anges – 67480 FORSTFELD
Madame BARDI Laetitia : Plaisirs du Vin La Rochelle – 17138 PUILBOREAU
Monsieur BATTAULT Jeremie : Cave Nicolas Clermont-Ferrand – 63000 CLERMONT-FERRAND
Monsieur BERLIE Yoann : La Dolia – 34170 CASTELNAU LE LEZ

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Madame BOHR Mélanie : Cave Nicolas Belfort – 90000 BELFORT
Madame BRASSART Flore : La Cave, SARL CHATHO – 59290 WASQUEHAL
Monsieur CANASTREIRO Arnaud : Conroy Vins et Spiritueux – 74700 SALLANCHES
Monsieur CHUTAUX Aurélien : Les Vins d'Aurélien – 59800 LILLE
Monsieur COLIN Serge : Le Repaire de Bacchus De Maistre – 75018 PARIS
Monsieur COUWENHOVEN Jordi : Le Sourire au pied de l'échelle – 75011 PARIS
Monsieur D'AMBROSIO Michael : Le Vignoble – 76270 NEUFCHATEL-EN-BRAY
Monsieur DE CASTRO Xavier : Cave Bournigault – 44150 ANCENIS
Monsieur DESILLES Arnaud : La Cave de Piré 35150 PIRE SUR SEICHE
Monsieur ESCALIER Laurent : LES VINS EN SCENE – 76200 DIEPPE
Monsieur ESNAULT Eric : Le Vin des Alpes – 38000 GRENOBLE
Monsieur FARETRA Denis : Cave Nicolas Grasse – 06130 GRASSE
Madame GOBIN Angeline : Les Couleurs du Vignoble – 35360 MONTAUBAN DE BRETAGNE
Monsieur GUILLET Sylvain : Aux Grands Vins de France – 34000 MONTPELLIER
Monsieur HUGOT Leny : Cave Nicolas Avignon centre – 84000 AVIGNON
Monsieur LEININGER Jonathan : La Vignery – 67590 SCHWEIGHOUSE SUR MODER
Monsieur LEPAGE Julien : La Vignery – 78100 SAINT-GERMAIN-EN-LAYE
Monsieur LEROY Jean-Philippe : Vinothentik – 26120 CHABEUIL
Monsieur LESEUL Olivier : Cavavin CHELLES 77500 CHELLES
Madame LIENHART Anne : Pépites de Vin – 67240 BISCHWILLER
Monsieur MENARD Emmanuel : Terroir Dit Vin – 14700 FALAISE
Monsieur MONIER Jean-Charles : Cave Nicolas Lyon Jacobins – 69002 LYON
Monsieur MORIN David : La Cave de Villiers sur Marne – 94350 VILLIERS SUR MARNE
Monsieur MOULIS Francis : Cave Nicolas Jacobins – 69002 LYON
Monsieur NAUDOT Franck : Les Caves Naudot – 03700 BELLERIVE SUR ALLIER
Monsieur ORSET Patrice : Cave Nicolas – 34000 MONTPELLIER
Madame PERRET Léa : Cave Nicolas – 69002 LYON
Monsieur POTIN Matthieu : La Vignery – 78100 SAINT GERMAIN EN LAYE
Monsieur POTTIER Marc : Cave Henri IV – 61200 ARGENTAN
Monsieur PROFIT Stéphane : Agrappa la cave – 92700 COLOMBES
Monsieur ROCHE Sylvain : Les vins de Sylvain – 42300 ROANNE
Monsieur THIBAUT Olivier : La Treille d'or – 75014 PARIS
Monsieur URRUTIA Federico : Le Repaire de Bacchus – 75018 PARIS
Monsieur VIDARTE Richard : Cave Nicolas – 91160 SAULX LES CHARTREUX
Madame ZANNA Johane : Le Vin des Alpes – 38000 GRENOBLE
Monsieur ZAOUK Alexis : La Cave d'Alex – 92000 NANTERRE

Liste d'attente (en cas de désistement d'un des qualifiés cités ci-dessus) :
Monsieur CARDOSO Daniel : La Clef des Vins – 81000 ALBI

meilleurcavistedefrance.fr

Ils sont partenaires du Concours du Meilleur Caviste de France :

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Tous droits réservés à l'éditeur

■ SUD RADIO (26/07/20 à 12:30 | 00:29:25) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

Client	OMNICOM PUBLIC RELATIONS
Contact	
Mot-clé	NICOLAS
Chaîne / Station	SUD RADIO
Diffusion	26/07/2020 - 12:30:00
Durée	00:02:09
Emission	IN VINO
Présentateur	ALAIN MARTY
Rubrique	DIVERS



Ecouter / Regarder cette alerte

12:30:39
Invités : Philippe Faure-Brac, meilleur sommelier du monde ; David Cobbold, co-fondateur de l'Académie des Vins et Spiritueux ; François Witasse, directeur de la tonnellerie Demptos, président du Syndicat régional des maitres tonneliers du Sud-Ouest. Présentation des invités. 12:30:48 Citation du caviste Nicolas de Paris. 12:31:47 Citation des vins Muscat et Chasselas. 12:32:40 Citation TFF.

12:32:48

Client	OMNICOM PUBLIC RELATIONS
Contact	
Mot-clé	NICOLAS
Chaîne / Station	SUD RADIO
Diffusion	25/07/2020 - 12:30:00
Durée	00:02:46
Emission	IN VINO
Présentateur	ALAIN MARTY
Rubrique	AGRICULTURE



Ecouter / Regarder cette alerte

12:55:44
Invités : François Van Aal, président de Champagne Lanson et Lanson International Diffusion ; Diane Losfelt, co-propriétaire de Château de l' Engarran. Chroniqueur : Philippe Faure-Brac, sommelier. 12:55:53 François Van Aal : il y a de plus en plus de femmes à la tête de grandes maisons de Champagne. 12:56:24 Commentaire Philippe Faure-Brac sur les vins féminins. 12:58:16 Citation Nicolas.

12:58:30

Client	OMNICOM PUBLIC RELATIONS
Contact	
Mot-clé	NICOLAS
Chaîne / Station	SUD RADIO
Diffusion	25/07/2020 - 12:30:00
Durée	00:03:19
Emission	IN VINO
Présentateur	ALAIN MARTY
Rubrique	



Ecouter / Regarder cette alerte

12:29:41
Invité : Philippe Faure-Brac, sommelier. Emission en direct du caviste Nicolas. Evocation de l'Organisation internationale du vin, les formations avec l'Education nationale.

12:33:00

Rvi
Le premier magazine économique professionnel du vin
Pays : FR
Périodicité : Bimestriel





Date : Juillet - aout 2020
Page de l'article : p.29

Concours du meilleur Caviste de France 2020

Après trois éditions, le Concours du Meilleur Caviste de France prend un nouvel essor en 2020. Terre de vins devient le partenaire et principal organisateur de ce concours créé par le Syndicat des Cavistes Professionnels (SCP).

40 cavistes qualifiés pour le titre de Meilleur Caviste 2020

Avant d'être couronné à l'automne, les candidats devront franchir plusieurs phases de sélection. La première a eu lieu le 22 juin dernier. Les candidats inscrits au concours ont passé durant une heure une épreuve en ligne composée de questions-réponses visant à évaluer leur expertise en matière de vins, spiritueux et autres alcools de qualité. Les questions portaient à la fois sur leurs connaissances générales en matière de vin et spiritueux, mais également sur leur conservation, leur valorisation, la bonne tenue d'un commerce spécialisé ou encore leur aptitude au conseil en termes d'accords mets et vin. Le jury est cette année composé de 10 membres. Parmi eux, des représentants du SCP - créateur du concours - et du magazine Terre de vins, un représentant des partenaires ainsi que des vainqueurs des précédentes éditions. Les 40 candidats ayant obtenu les meilleures notes à l'issue des délibérations du jury ont été retenus pour poursuivre la compétition. L'épreuve de qualification du Concours de Meilleur Caviste 2020 aura lieu à Reims à la rentrée (14 septembre) chez Canard-Duchêne. Cette nouvelle étape de sélection permettra de déterminer les huit cavistes qui participeront à la finale qui aura lieu le 19 octobre à Paris. Seront remis à l'issue de la compétition les prix du caviste de bronze, d'argent et d'or ainsi que deux prix spéciaux: le Prix du Meilleur Jeune Caviste et le Prix du public. Métier de connaissance mais avant tout de passion, le profil des cavistes a beaucoup évolué ces dernières années. Parmi les 40 qualifiés de la première phase de cette édition 2020, près de 20 % des candidats sont des femmes, 24 % ont moins de 30 ans et le plus jeune candidat est âgé de 18 ans! Le chanteur Thomas Dutronc a accepté d'être le parrain





du cru 2020 du concours du Meilleur Caviste et qui aura l'honneur de remettre les différents prix lors de la finale parisienne. Amateur de vin et curieux de nature, celui-ci avoue avoir non pas un, mais plusieurs cavistes auprès de qui il prend conseil. Que ce soit à Paris ou en Corse, Thomas Dutronc aime à suivre les recommandations d'experts pour partir à la découverte de toutes sortes de vins, peu importe leur région d'origine. ■

Les 40 cavistes sélectionnés pour la prochaine étape du concours:

Ball Philippe:	La Cave Des Anges - 67480 Forstfeld
Bardi Lætitia:	Plaisirs Du Vin La Rochelle - 17138 Puilboreau
Battault Jeremie:	Cave Nicolas Clermont-Ferrand - 63000 Clermont-Ferrand
Berlie Yoann:	La Dolia - 34170 Castelnau-le-Lez
Bohr Mélanie:	Cave Nicolas Belfort - 90000 Belfort
Brassart Flore:	La Cave, Sarl Chatho - 59290 Wasquehal
Canastreiro Arnaud:	Conroy Vins Et Spiritueux - 74700 Sallanches
Chetail Sébastien:	Le Mouton Rouge - 74120 Megève
Chutaux Aurélien:	Les Vins d'Aurélien - 59800 Lille
Couwenhoven Jordi:	Le Sourire Au Pied De L'échelle - 75011 Paris
D'ambrosio Michaël:	Le Vignoble - 76270 Neufchâtel-En-Bray
De Castro Xavier:	Cave Bournigault - 44150 Ancenis
Desilles Arnaud:	La Cave De Piré 35150 Piré-sur-Seiche
Escalier Laurent:	Les Vins En Scene - 76200 Dieppe
Esnault Éric:	Le Vin Des Alpes - 38000 Grenoble
Faretra Denis:	Cave Nicolas Grasse - 06130 Grasse
Gobin Angeline:	Les Couleurs Du Vignoble - 35360 Montauban De Bretagne
Guillet Sylvain:	Aux Grands Vins De France - 34000 Montpellier
Hugot Leny:	Cave Nicolas Avignon Centre - 84000 Avignon
Leininger Jonathan:	La Vignery - 67590 Schweighouse-sur-Moder
Lepage Julien:	La Vignery - 78100 Saint-Germain-en-Laye
Leroy Jean-Philippe:	Vinothentik - 26120 Chabeuil
Leseul Olivier:	Cavavin Chelles 77500 Chelles
Lienhart Anne:	Pépites De Vin - 67240 Bischwiller
Menard Emmanuel:	Terroir Dit Vin - 14700 Falaise
Monier Jean-Charles:	Cave Nicolas Lyon Jacobins - 69002 Lyon
Morin David:	La Cave De Villiers Sur Marne - 94350 Villiers-sur-Marne
Moulis Francis:	Cave Nicolas Jacobins - 69002 Lyon
Naudot Franck:	Les Caves Naudot - 03700 Bellerive-sur-Allier
Ober Jérémy:	La Rue Du Vin - 57350 Stiring-Wendel
Orset Patrice:	Cave Nicolas - 34000 Montpellier
Perret Léa:	Cave Nicolas - 69002 Lyon
Potin Matthieu:	La Vignery - 78100 Saint-Germain-en-Laye
Pottier Marc:	Cave Henri Iv - 61200 Argentan
Profit Stéphane:	Agrappa La Cave - 92700 Colombes
Roche Sylvain:	Les Vins De Sylvain - 42300 Roanne
Thibaut Olivier:	La Treille D'or - 75014 Paris
Urrutia Federico:	Le Repaire De Bacchus - 75018 Paris
Vidarte Richard:	Cave Nicolas - 91160 Saulx-les-Chartreux
Zaouk Alexis:	La Cave d'Alex - 92000 Nanterre

Tous droits réservés à l'éditeur

Cuisine Actuelle

Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 143070





Date : Aout 2020
Page de l'article : p.4

CARNET D'ADRESSES

Alinea : alinea.com ; **Ambiance & Styles :** ambianceetstyles.com ; **Association vrac :** vrac-asso.org ; **Barbecue France :** barbecue-france.fr ; **Bouge ton coq :** bougetoncoq.fr ; **Bougies La Française :** bougies-la-francaise.com ; **Bravo Hugo :** groupe-reitzel.com ; **Château d'Aqueria :** aqueria.com ; **Comptoir de la table :** comptoirdelatable.com ; **Côté Table :** cote-table.com ; **Cuisinart :** cuisinart.fr ; **Domaine de Montbourgeau :** domaine-de-montbourgeau.fr ; **Domaine des Carabiniers :** biodynamicwine.bio ; **Ecoidées :** lemondeestbio.com ; **Feta Vassilitsa :** fetavassilitsa.com ; **Fragonard :** fragonard.com ; **Fromagerie Janin :** 21 avenue de la République, 39300 Champagnole ; **Fruitière de la Source de l'Ain :** Grande Rue, 39250 Gillois ; **Gaborit :** bernardgaborit.fr ; **Green Gate :** greengate.dk ; **Guy Degrenne :** degrenne.fr ; **Jardiland :** jardiland.com ; **Jardin d'Ulysse :** jardindulysse.com ; **Kalios :** mykalios.com ; **Kitchen Craft :** 05 55 33 60 79 ; **La Fourche :** lafourche.fr ; **L'atelier V :** latelierv.fr ; **Le Bouchon du Château :** lebouchonduchateau.com ; **Le Clair de la Plume :** 2 place du Mail, 26230 Grignan, 04 75 91 81 30 et clairplume.com ; **Le Producteur local :** leproducteurlocal.fr ; **Maison Marc :** maisonmarc.fr ; **Mie & You :** 213 route de Macornay, 39000 Lons-le-Saunier ; **Mythos :** mythosbeer.gr ; **Natali :** boutique-natali.com ; **Nektar :** nektarcafe.gr ; **Nicolas :** nicolas.com ; **Nina Métayer :** ninametayer.com ; **Othrys Farms :** othrysfarms.com ; **Pelen Chocolatier :** pelen.fr ; **Rice :** ricebyrice.com ; **Sabre :** sabre.fr ; **Sema Design :** semadesign-deco.fr ; **Terre Exotique :** terreexotique.fr ; **Toute la maison en parle :** toutelamaisonenparle-shop.fr

Tous droits réservés à l'éditeur

Rvi
Le premier magazine économique professionnel du vin
Pays : FR
Périodicité : Bimestriel





Date : Juillet - aout 2020
Page de l'article : p.28

Distribution Cavistes

Les cavistes renouent-ils avec la croissance ?

5 758 cavistes en France
Soit une chute de 60 % en 30 ans,
mais + 3 % de croissance par an depuis 8 ans.
1 cave pour 12 000 Français.
La catégorie reprend du poil de la bête face
à la grande distribution et aux ventes online.
Mais il y a 6 fois moins de caves
que de boulangeries en France.

Paris compte 752 cavistes
La plus forte densité des caves se trouve
au cœur de la rive droite.
Mais en valeur absolue, c'est la rive gauche
qui l'emporte.
Le XVIIème arrondissement compte 59 caves
à lui seul.

Bordeaux compte 65 cavistes
La plus forte densité des caves se trouve
au cœur de la ville.
Pour autant, Bordeaux, c'est 12 fois moins
de caves qu'à Paris.
Et 25 caves au cœur du centre-ville,
dans le Triangle d'Or.

1 caviste sur 5 est une femme
Les prénoms les plus répandus chez les cavistes
sont Philippe pour les hommes et Alice
pour les femmes.

325 000 € est le chiffre d'affaires moyen d'un caviste
Il varie de 100K€~à 1,50 M€, à part quelques
exceptions de caves "grossistes"
Le taux de marge brute est de 37 %.
Ce n'est pas si élevé même s'il s'agit là
d'une marge de revendeur-conseil.
Dans les spiritueux, la marge brute
d'un producteur avoisine plutôt les 72 %.

100 jours est la durée moyenne de rotation des stocks
Une cave porte 3,1 mois de stock en moyenne.
Cela ne suffit pas de leur vendre des bouteilles.
Il faut qu'ils réussissent eux-mêmes à vendre !
Certaines références restent des mois voire des
années chez le caviste sans trouver preneur.

46 € est le panier moyen d'un caviste
Les chiffres varient de 13 € à 60 €.
Le panier est porté par les spiritueux - premium.
4 bouteilles de vins ou une bouteille de whisky
premium.

11 réseaux de caves gèrent plus de 15 points de vente
1 170 points de vente en réseau
5 réseaux ont plus de 50 points de vente.
Les caves sous enseigne représentent 20,3 %
De l'évident Nicolas avec 498 PDV
aux plus inattendus Caves du Val d'Or (24)
ou La Vignery (18).
Les 3 premiers réseaux représentent 857 points
de vente, soit 74 % des cavistes en réseau.

58 caves Nysa
Nysa possède ses points de vente à Paris,
mais pas à Lyon.
Nysa et V&B, les champions de la croissance
Le nombre d'ouvertures de ces réseaux
est très significatif, entre 8 et 20 par an.
Un rythme soutenu, porté par une croissance
organique et par une levée de fonds de 4 M€
pour Nysa en 2019.

49 ans est l'âge moyen des patrons de réseaux
Ils sont nés entre 1961 et 1982. Les deux plus
jeunes patrons de réseau sont nés en 1982.



Louis Gad (Nysa)
et Hugues Le Marié
(Les Domaines qui Montent)



sont à la tête de réseaux qui ont le vent
en poupe. Nysa a une croissance "affolante"
(58 aujourd'hui) et Les Domaines Qui Montent
se structurent très vite.

972 références en moyenne par cave
Près de 1 000 références produits par cave.
Aux extrêmes, 2 % des caves vendent
moins de 100 références, et 2,5 % vendent
plus de 2000 références.
44 % vendent entre 250 et 500 références.
Les rayons valorisent les produits mais
sont aussi des espaces de stockage.

30 % des caves vendent significativement des vins bio
3 caves sur 10 disent avoir un positionnement
marqué sur les vins "bio".
Et 5 % des caves font aussi de l'épicerie fine.

81 % des cavistes livrent leurs clients
Les cavistes livrent leurs clients à proximité.
Les caves n'hésitent pas à sortir de leur PDV
pour trouver et livrer des clients.
Que ce soient des clients professionnels ou des
particuliers sur demande, avec des commandes
minimum qui varient de 40 à 300 €.

29,1 % des cavistes vendent online
Le e-commerce n'est pas encore leur tasse de thé ;
70 % des caves n'ont ni site e-commerce
ni stratégie de vente sur Internet.

87 % des cavistes proposent des dégustations
La dégustation fait leur point fort !
1 fois toutes les 3 semaines en moyenne.
5 caves en France en proposent... chaque jour !
D'autres toutes les semaines ou tous les mois.
Leurs événements sont le plus souvent partagés
sur leur site ou page Facebook (quand ils en ont).

56 % des cavistes ont une page Facebook
Moins de 6 caves sur 10 sont sur Facebook.
10 caves ont +10 000 abonnés.
La cave qui compte le + d'abonnés est... corse !
Il s'agit de Chemin des Vignobles
qui compte 22 000 abonnés.
Les caves V&B sont particulièrement actives
sur le réseau social.
En revanche, moins de 1 % ont un compte
sur Twitter.

89,5 % des cavistes considèrent jouer un rôle social
9 caves sur 10 considèrent jouer un rôle "social".
À travers le contact et la connaissance
Des attentes et des goûts des clients,
particuliers et entreprises ; ainsi que
les partenariats locaux, les liens avec
les associations ; enfin, à travers
des approvisionnements de proximité
avec les viticulteurs et distilleries voisines.

Champagne
Bollinger, Cristal, Ruinart sont en tête.
Ces marques précèdent Dom Pérignon,
Krug, Salon et Veuve Clicquot.

Spiritueux
Diplomático, Hendricks et Hennessy en tête.
Surprenant trio de tête tous spiritueux
confondus.
Hibiki, Bruichladdich, Ardbeg
sont les premiers whiskies plébiscités.

68 % des cavistes vendent de la bière
Les caves se sont mises à la bière
7 caves sur 10 vendent désormais de la bière.
Un nouveau rayon en fort développement.

Cette étude a été réalisée par Caviste Advisor,
annuaire de cavistes
www.caviste-advisor.com

Tous droits réservés à l'éditeur

www.macon-infos.com
Pays : France
Dynamisme : 18

Visualiser l'article

Mâcon Infos - Le Web Journal du Mâconnais - Mâcon Infos



Les Vignerons des Terres Secrètes on tenu leur assemblée générale vendredi, un mois avant le ban des vendanges. Le Président Michel Barraud accueillait exceptionnellement les adhérents de la coopérative à la salle des fêtes municipale du fait des conditions sanitaires particulières. 139 coopérateurs étaient présents ou représentés, sur les 266 membres du groupement.

David Delaye, directeur général, fit un point complet sur l'année écoulée et donna, avec prudence, quelques informations sur les perspectives 2020.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

La diversité des modes de diffusion, est, pour le directeur général, un des éléments qui permet aux « Vignerons des Terres Secrètes » de s'en sortir relativement bien. Cette affirmation est confirmée par le directeur administratif et financier, Jérôme Mailard, qui a présenté les différents faisceaux de distribution.

L'export représente 29.78%, La grande distribution 27.24%, La diffusion traditionnel (café restaurant…) 15.58%, le détail 8.74% et le négoce (vente en vrac) 18.67%. A signaler que, coté export, les pays du nord de l'Europe sont bien présents, notamment la Suède qui arrive en 3ème position après la Grande Bretagne et l'Allemagne.

Les 900 hectares du groupement ont généré 39 721 hectolitres en 2019. Cette production est de plus en plus diversifiée avec la mise en œuvre de certaines orientations. De nouveaux lieux dits ont été créé comme le Saint Véran « Grand Bussière » qui a pu être dégusté lors de la marche en la mémoire de Jérôme JEANDIN, marche organisée conjointement par le cru Saint Véran et « les vignerons des terres secrètes ». « Ces « lieux dits » permettent à la cave de s'ancrer dans le terroir » déclare David Delaye.

Le groupement a pu tisser un partenariat avec les caves « NICOLAS » (550 caves en France). Au niveau diffusion, les coopérateurs s'appuie sur le développement de la « bistronomie », avec des valorisations spécifiques : cuvée « Alphonse » qui se décline en blanc, rouge et rosé (fête du rosé le 24 juillet à Sologny). La création d'un label « goute à goute » qui permet à la cave de tisser un partenariat avec les enseignes « METRO ». Cette diversité, monte progressivement en charge, depuis de nombreuses années.

Emeline Favre, responsable « vignes et terroirs », présenta les différentes labellisations et la démarche environnementale dans laquelle le groupement s'est investi. La labellisation « Haute Valeur Environnementale » guide, depuis son obtention, toutes les procédures, de la production à la diffusion. Actuellement, ce sont 3 220 hectolitres qui sont produits sous cette labellisation, le potentiel pour 2020 pourrait être de 15 000 !

L'agriculture biologique est aussi expérimentée. Aujourd'hui, ce sont environ 25 hectares qui bénéficient de ce mode de culture. L'expérimentation, la recherche sont notamment développées par le groupe jeunes.

Charles Lamboley, diretceur communication/marketing, rappela les 10 dernières années de communication. Les nouveaux visuels montrent le viticulteur, la viticultrice, dans les différents lieux de la production. C'est, pour la cave, montrer une famille, l'homme, la femme au cœur de l'organisation et la fierté d'appartenance.

Le président Michel Barraud et le directeur général David Delaye insistèrent tous deux pour saluer cette entreprise humaine qu'est la cave, au sein de laquelle salariés et bénévoles se cotoient et travaillent dans un esprit de complémentarité. Cette affirmation a trouvé tout son sens dans la période de confinement.
Depuis 1928, le sens et les valeurs portés par les coopératives restent entièrement d'actualité.
Dans un mois, le ban des vendanges résonnera… on nous promet un super millésime 2020.

Jean-Marc DUMAS

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Tous droits réservés à l'éditeur

■ SUD RADIO (19/07/20 à 12:31 | 00:28:02) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

■ SUD RADIO (18/07/20 à 12:29 | 00:27:37) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

infos-75.com
Pays : France
Dynamisme : 1

Visualiser l'article

Concours du Meilleur Caviste de France 2020 : 10 professionnels de la région Ile-de-France parmi les 40 qualifiés



Après trois éditions, le Concours du Meilleur Caviste de France prend un nouvel essor en cette année 2020. Terre de vins devient le partenaire et principal organisateur de ce concours créé par le Syndicat des Cavistes Professionnels (SCP). Le groupe de presse souhaite contribuer, au travers de l'essor de cette compétition, à la mise en lumière d'une profession qui n'est que (trop) rarement mise sur le devant de la scène.

40 cavistes qualifiés pour le titre de Meilleur Caviste 2020

Avant d'être couronné à l'automne, les candidats devront franchir plusieurs phases de sélection. La première a eu lieu le 22 juin dernier. Les candidats inscrits au concours ont passé durant une heure une épreuve en ligne composée de questions-réponses visant à évaluer leur expertise en matière de vins, spiritueux et autres alcools de qualité.

Les questions portaient à la fois sur leurs connaissances générales en matière de vin et spiritueux, mais également sur leur conservation, leur valorisation, la bonne tenue d'un commerce spécialisé ou encore leur aptitude au conseil en termes d'accords mets et vin.

Le jury est cette année composé de 10 membres. Parmi eux, des représentants du SCP – créateur du concours – et du magazine Terre de vins – partenaire organisateur du concours, un représentant des partenaires ainsi que des vainqueurs des précédentes éditions.

Les 40 candidats ayant obtenu les meilleures notes à l'issue des délibérations du jury ont été retenus pour poursuivre la compétition.

Les prochaines étapes du concours

L'épreuve de qualification du Concours de Meilleur Caviste 2020 aura lieu à Reims à la rentrée (le 14 septembre). Cette nouvelle étape de sélection permettra de déterminer les huit cavistes qui participeront à la finale qui aura lieu le 19 octobre à Paris.
Seront remis à l'issue de la compétition les prix du caviste de bronze, d'argent et d'or ainsi que deux prix spéciaux : le Prix du Meilleur Jeune Caviste et le Prix du public.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

La profession de caviste à l'honneur et soutenue par un parrain d'exception !

Métier de connaissance mais avant tout de passion, le profil des cavistes a beaucoup évolué ces dernières années. Parmi les 40 qualifiés de la première phase de cette édition 2020, près de 20% des candidats sont des femmes, 24% ont moins de 30 ans et le plus jeune candidat est âgé de 18 ans ! Preuve s'il en est du dynamisme de cette profession.

C'est le chanteur et musicien Thomas Dutronc qui a accepté d'être le parrain du cru 2020 du concours du Meilleur Caviste et qui aura l'honneur de remettre les différents prix lors de la finale parisienne. Amateur de vin et curieux de nature, celui-ci avoue avoir non pas un, mais plusieurs cavistes auprès de qui il prend conseil. Que ce soit à Paris ou en Corse, Thomas Dutronc aime à suivre les recommandations d'experts pour partir à la découverte de toutes sortes de vins, peu importe leur région d'origine.



Thomas Dutronc ©Yann_Orhan

Les cavistes de la région Ile-de-France sélectionnés pour la prochaine étape du concours sont :

Monsieur COUWENHOVEN Jordi : Le Sourire au pied de l'échelle – 75011 PARIS Monsieur THIBAUT Olivier : La Treille d'or – 75014 PARIS
Monsieur URRUTIA Federico : Le Repaire de Bacchus – 75018 PARIS

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Monsieur LESEUL Olivier : Cavavin CHELLES 77500 CHELLES

Monsieur LEPAGE Julien : La Vignery – 78100 SAINT-GERMAIN-EN-LAYE Monsieur POTIN Matthieu : La Vignery – 78100 SAINT GERMAIN EN LAYE Monsieur VIDARTE Richard : Cave Nicolas – 91160 SAULX LES CHARTREUX Monsieur ZAOUK Alexis : La Cave d'Alex – 92000 NANTERRE

Monsieur PROFIT Stéphane : Agrappa la cave – 92700 COLOMBES
Monsieur MORIN David : La Cave de Villiers sur Marne – 94350 VILLIERS SUR MARNE

Monsieur COLIN Serge : Le Repaire de Bacchus De Maistre – 75018 Paris (sur liste d'attente en cas de désistement d'un des qualifiés cités ci-dessus)

À propos du Concours du Meilleur Caviste

Le Concours du Meilleur Caviste 2020 est organisé par « Terre de Vins », magazine et site d'actualité dédié au monde du vin et de l'art de vivre et organisateur d'événements (Bordeaux Tasting, Lyon Tasting, Champagne Tasting). Créé en 2014 par le Syndicat des Cavistes Professionnels avec pour ambition de mettre en lumière la profession de caviste, le concours récompense chaque année des professionnels s'étant distingués par leur expertise et leur sens du conseil. La finale de cette quatrième édition du Concours du Meilleur Caviste, parrainée par le chanteur Thomas Dutronc, aura lieu le 19 octobre 2020 à Paris.

Tous droits réservés à l'éditeur

■ SUD RADIO (12/07/20 à 12:30 | 00:27:47) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

Date : 10/07/2020
Heure : 11:11:47
Journaliste : François Lapierre

www.journaldeleconomie.fr
Pays : France
Dynamisme : 3

Visualiser l'article

Le top 10 des plus grandes fortunes de France

Le podium des plus grandes fortunes de France a été bousculé en 2020, selon le classement annuel du magazine Challenges. Le monde du luxe est très bien représenté dans le top 10. Bernard Arnault loin devant
Visuel indisponible
Avec 100 milliards d'euros, Bernard Arnault est indéniablement la première fortune de France, une place qu'il conserve cette année. Le PDG du groupe de luxe LVMH, qui fut un temps l'homme le plus riche du monde avant que Bill Gates, fondateur de Microsoft, puis Jeff Bezos, fondateur et patron d'Amazon, ne l'éjecte de la première position. La famille Hermès est en seconde place avec un patrimoine de 55,5 milliards d'euros. Ce faisant, elle dépasse Alain et Gérard Wertheimer et leur famille qui étaient à cette même place l'an dernier. En 2020, les propriétaires du groupe Channel retombent en troisième position avec une fortune estimée à 53 milliards.
Avec une famille Hermès qui rue dans les brancards en deuxième place, elle éjecte forcément une grande fortune du podium. C'est donc Françoise Bettencourt-Meyers qui écope de la quatrième position : la petite-fille du fondateur de L'Oréal a dans son matelas une fortune de 51 milliards d'euros. François Pinault, le patron du groupe de luxe Kering, est en cinquième position avec un patrimoine estimé à 32 milliards d'euros.

Le luxe en force
Le propriétaire du groupe AFM, qui compte dans son portfolio quelques unes des enseignes les plus populaires en France (Decathlon, Leroy Merlin et Auchan) prend la sixième place. Il s'agit bien sûr de Gérard Mulliez, à la tête d'une fortune de 26 milliards d'euros. Ensuite, vient le tour de la famille Dassault : Laurent, Olivier et Marie-Hélène, les héritiers du fondateur du groupe, affichent une fortune de 23,5 milliards d'euros. Pierre Castel, propriétaire du réseau de magasins de vins Nicolas, est huitième avec 13,5 milliards.
Les deux derniers du top 10 n'ont pas à s'en plaindre. Il s'agit de Patrick Drahi, le propriétaire du groupe de télécommunication et de médias Altice, qui est neuvième avec 12,5 milliards d'euros. **Le fondateur de la plateforme de commerce en ligne eBay, Pierre Omidyar, ferme la marche avec 10 milliards d'euros.** Une première pour l'homme d'affaires.

Tous droits réservés à l'éditeur

Client	OMNICOM PUBLIC RELATIONS
Contact	
Mot-clé	NICOLAS
Chaîne / Station	LCI
Diffusion	10/07/2020 - 06:10:00
Durée	00:03:26
Emission	LCI MATIN 6H10/6H29
Présentateur	PASCALE DE LA TOUR DU PIN
Rubrique	



Ecouter / Regarder cette alerte

06:09:24
L'éco de Pietri - François-Xavier Pietri. Selon le classement des 500 premières fortunes de Paris, les super riches sont encore plus riches malgré la crise et le confinement. Leur fortune a progressé de 3 % (730 milliards d' euros) en 2020 contre 6 % de progression en 2019. 06:09:56 Le premier est Bernard Arnault. Il a été l'homme le plus riche du monde avant d'être redépassé par Jeff Bezos, le patron d'Amazon. 06:10:11 Les plus riches sont les familles du luxe. 06:10:23 Les cinq familles les plus riches sont LVMH/ Arnault, Hermès/Dumas, Chanel/Wertheimer, L'Oréal/Bettencourt et Kering/ Pinault. 06:11:03 Les Dassault n'évoluent pas beacoup dans le classement. La famille Castel qui possède les vins Nicolas ne bouge pas non plus. 06:11:20 Dans le numérique, Patrick Drahi (Altice) a gagné 3,5 milliards d'euros en un an. Pierre Omidyar, le patron-fondateur d'Ebay, est entré dans le top 10. 06:11:44 60 personnes quittent le classement. Ils viennent du textile qui a été très touché par la crise. 06:12:03 Le groupe Cap Gemini vient de publier une étude à l'internationale pour les fortunes les plus riches. La hausse a été de 9 % l'an dernier pour les fortunes de plus de 30 millions de dollars. La plus forte poussée est dans le numérique, mais l'étude ne tient pas compte de la crise du coronavirus en 2020.

06:12:50

Date : 09/07/2020
Heure : 09:44:53
Journaliste : N.G

LA VOIX DU NORD

www.lavoixdunord.fr
Pays : France
Dynamisme : 254

Visualiser l'article

Les Nordistes Bernard Arnault et Gérard Mulliez toujours dans le top 10 des grandes fortunes

Le magazine Challenges publie son classement annuel des fortunes de France, les Nordistes Bernard Arnault et Gérard Mulliez y sont toujours en bonne place.



Le magazine Challenges a publié mercredi son top 10 des familles les plus riches de France , avant de dévoiler ce jeudi soir le reste du classement. À la première place, et comme l'an dernier, on retrouve Bernard Arnault. Le natif de Roubaix aux commandes du groupe de luxe LVMH n'est pas l'homme le plus riche du monde, mais avec une fortune estimée à 100 milliards d'euros, il reste la première fortune de France et d'Europe. En 2e place, on trouve la famille Hermes et son patrimoine qui dépasse les 55,5 milliards d'euros. Et en 3e place, la famille Wertheimer, héritière du groupe Channel, avec 53 milliards d'euros.

Comme l'an dernier, la fortune de la famille nordiste Mulliez et de son patriarche Gérard (Auchan, Kiabi, Decathlon, Boulanger…) recule de 6 milliards. Elle fond cette année de 32 à 26 milliards. Et les Mulliez perdent une place dans le classement. Ils sont malgré tout à la 6e place de ce top 10 des fortunes de France.

Françoise Bettencourt-Meyers, petite-fille du fondateur de L'Oréal, est 4e (51 milliards d'euros) ; François Pinault et sa famille 5e (32 milliards d'euros) ; la famille Dassault est 7e (23,5 milliards d'euros) ; Pierre Castel (propriétaire du réseau Nicolas) est 8e (13,5 milliards d'euros) ; Patrick Drahi, propriétaire de SFR et Altice, est 9e (12,5 milliards d'euros) ; Pierre Omidyar, fondateur d'eBay est 10e (10 milliards d'euros).

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Concours : trois des meilleurs cavistes de Montpellier et Castelnau-le-Lez visent le titre

Quatrième édition cette année du Concours du meilleur caviste de France : trois meilleurs d'entre-eux de Montpellier et de Castelnau-le-Lez sont en lice.



Un grand choix de vins chez les cavistes (©Internaute.com)
40 cavistes du territoire sont qualifiés pour le titre de Meilleur Caviste 2020, dont la quatrième édition se déroule cette année. Parmi eux, sylvain Guillet de l'enseigne Aux Grands Vins de France -1 au 3 rue de l'Argenterie-, Patrice Orset de la **Cave Nicolas** -rue de la Saunerie- à Montpellier et Yoann Berlie du Dolia, É, rue Pasteur-place de la Liberté, à Castelnau-le-Lez. La région Occitanie est également représentée par daniel Cardoso de La Clef des Vins, à Albi, dans le Tarn.

Avant d'être couronné à l'automne, les candidats devront franchir plusieurs phases de sélection. La première a eu lieu le 22 juin dernier. Les candidats inscrits au concours ont passé durant une heure une épreuve en ligne composée de questions-réponses visant à évaluer leur expertise en matière de vins, spiritueux et autres alcools de qualité.

Huit finalistes

Tous droits réservés à l'éditeur

Les questions portaient à la fois sur leurs connaissances générales en matière de vin et spiritueux, mais également sur leur conservation, leur valorisation, la bonne tenue d'un commerce spécialisé ou encore leur aptitude au conseil en termes d'accords mets et vin.

Le jury est cette année, composé de 10 membres. Les 40 candidats ayant obtenu les meilleures notes à l'issue des délibérations du jury ont été retenus pour poursuivre la compétition. Parmi eux, les quatre cavistes d'Occitanie. Figureront-ils parmi les huit finalistes ?

Les prochaines étapes

L'épreuve de qualification du Concours de Meilleur Caviste 2020 aura lieu à Reims à la rentrée, le lundi 14 septembre. Cette nouvelle étape de sélection permettra de déterminer les huit cavistes qui participeront à la finale qui aura lieu le 19 octobre à Paris.

Seront remis à l'issue de la compétition les prix du caviste de bronze, d'argent et d'or, ainsi que deux prix spéciaux : le Prix du Meilleur Jeune Caviste et le Prix du public.

La profession de caviste à l'honneur et soutenue par un parrain d'exception : métier de connaissance mais avant tout de passion, le profil des cavistes a beaucoup évolué ces dernières années. Parmi les 40 qualifiés de la première phase de cette édition 2020, près de 20% des candidats sont des femmes, 24% ont moins de 30 ans et le plus jeune candidat est âgé de 18 ans. Preuve s'il en est du dynamisme de cette profession.

Un parrain nommé Thomas Dutronc

C'est le chanteur et musicien Thomas Dutronc qui a accepté d'être le parrain du cru 2020 du concours du Meilleur Caviste et qui aura l'honneur de remettre les différents prix lors de la finale parisienne. Amateur de vin et curieux de nature, celui-ci avoue avoir non pas un, mais plusieurs cavistes auprès de qui il prend conseil.

Que ce soit à Paris ou en Corse, où il réside, Thomas Dutronc aime à suivre les recommandations d'experts pour partir à la découverte de toutes sortes de vins, peu importe leur région d'origine. Les trois cavistes de l'Hérault qui visent le titre vont côtoyer cet artiste, amateur de bon vin, comme son père, Jacques Dutronc.

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 251641



Date : 09 juillet 2020

Le marché a pris ses marques pour s'ancrer durablement le jeudi

Locon. «Un horaire pensé pour que chacun puisse trouver un créneau horaire qui s'adapte à son emploi du temps ou à ses occupations. De plus, depuis le confinement, les gens apprécient d'avoir des commerces sédentaires ou itinérants à porter de sac à provisions», souligne Bertrand Leleu. Pour la grande première de jeudi dernier, Déborah, pionnière lacouturoise depuis huit ans avec ses fruits et légumes, était entourée d'un fromager et vendeurs de produits laitiers de Calonne-sur-la-Lys et d'un poissonnier boulonnais.

Du bio à venir

«Je retrouve ma fidèle clientèle que je partage volontiers avec mes confrères», se réjouissait-elle. De nouveaux commerçants ambulants «enthousiasmés par le lieu et l'affluence et prêts à encourager d'autres marchands à venir». Des clients «ravis de la qualité des produits et d'un choix plus large qu'ils espèrent encore plus large au fil du temps». Sur ce point l'adjoint au commerce est catégorique: «Nous souhaitons, nous aussi, voir grandir notre marché sans concurrencer les commerces du village mais en apportant une complémentarité. C'est un engagement que nous avons pris dès le début.» Nicolas du bar à vin trouve que «c'est une manière intelligente de faire vivre le village grâce à l'interactivité entre les commerçants sédentaires et forains». Jacques, le boulanger, estime qu'«un marché est un lieu convivial, de rencontres où les gens aiment s'attarder, discuter. Un moyen supplémentaire de promouvoir notre village». Jérôme, le boucher, pense que «ça va dynamiser un peu plus le village. J'espère que l'effervescence inhabituelle du jeudi perdurera». Un étal de produits bio en vrac étoffera l'offre. Comme les autres, le commerçant bénéficiera de trois mois de frais d'emplacement gratuit. Geste de la nouvelle municipalité, engouement de tous, le marché du jeudi deviendra grand. Georges Moreau (CLP)

Tous droits réservés à l'éditeur





Fortunes

Classement

Les 500 fortunes professionnelles de France

Avec un patrimoine de 730 milliards d'euros, jamais les 500 fortunes n'ont aussi bien mérité leur nom. Pourtant, la pandémie a pas mal bousculé notre palmarès et compliqué nos calculs. Récit.

L'élaboration de l'édition 2020 du classement des 500 fortunes professionnelles de *Challenges* a débuté durant le confinement. « *Vous avez pensé à ne pas faire votre classement cette année? Parce qu'avec la crise sanitaire vous ne pourrez pas estimer les entreprises...* », nous interrogeait alors Théodore Masliah, à la tête de Finamas, société foncière estimée à 420 millions d'euros (199€). Nous pouvons l'avouer aujourd'hui : la pandémie a sensiblement compliqué notre travail. Mathieu Vedrenne, directeur de Société générale Private Banking France, qui conseille 40000 familles « pesant » 61 milliards, nous avait prévenus : « *Dans les mois à venir, il sera difficile de mettre une valeur sur les sociétés impactées par le coronavirus.* » Pourtant, malgré la crise économique provoquée par le confinement, le patrimoine des 500 premières fortunes de France ne s'est pas effondré. Au contraire. A 730 milliards, il n'a jamais été aussi élevé. Mieux, pour la première fois, un actionnaire – Bernard Arnault – passe la barre des 100 milliards de patrimoine, faisant de lui la troisième personne la plus riche du monde. Au total, nos 500 ont largement accru leur poids dans l'économie : ils pèsent l'équivalent du tiers du PIB attendu cette année. Et dix fois plus que ce qu'ils pesaient en 1996, lors de la première édition de notre palmarès. Certes, la hausse de leur patrimoine de 3% paraît bien faible face aux 7% de l'an dernier. Mais ce n'est pas avec 2019 qu'il faut comparer cette édition 2020, ▶▶▶

Une crise, quelle crise ?



Nos 500 ont largement accru leur poids dans l'économie : ils pèsent l'équivalent du tiers du PIB français attendu cette année. Soit dix fois plus que ce qu'ils pesaient lors de la première édition de notre palmarès.

SOURCE : CHALLENGES

Tous droits réservés à l'éditeur

▶▶▶ mais avec 2009, autre année de crise, celle provoquée par les subprimes. A l'époque, la fortune totale de nos 500 avait reculé de 27% et le nombre des milliardaires était tombé à 33, contre 95 aujourd'hui.
Pour autant, la pandémie a bel et bien bouleversé le classement. Jusqu'alors, quand une entreprise était cotée, il suffisait de multiplier le cours de son action par le nombre détenues par l'actionnaire à un moment donné. Or, cette année, la Bourse nous a joué bien des tours : entre mi-mars et mi-avril, la chute de 40 à 60% des cours de plusieurs équipementiers automobiles ou aéronautiques a fait sortir plusieurs « fortunes » de notre sélection. Mais, trois semaines plus tard, la remontée spectaculaire de certains titres les a fait réintégrer le classement.

Méthodes à l'épreuve

Pour les entreprises non cotées, cela a été encore plus compliqué. Pour ses éditions précédentes, *Challenges* utilisait les mêmes méthodes que les banquiers d'affaires. La rédaction collectait les comptes, isolait les éléments de rentabilité (généralement, l'Ebitda, c'est-à-dire l'excédent brut d'exploitation avant impôts, taxes et dotations aux amortissements), puis leur appliquait des multiples, variables selon les secteurs. La crise sanitaire a tout chamboulé : les multiples ont été bousculés, la rentabilité, menacée. Mais « *impossible de passer par d'autres méthodes, comme celle qui consiste à actualiser les flux générés par l'activité, faute de visibilité* », constate Laurent Inard, associé chez Mazars et auteur d'une étude sur le sujet. « *La pandémie a cassé la machine à se projeter dans le temps : on a perdu nos antibrouillards* », reconnaît Bertrand Thimonier, fondateur d'Adviso Partners, et conseil d'une trentaine de fusions acquisitions par an.
Pour lever le brouillard, nous sommes donc revenus vers les premiers intéressés : nos « fortunés ». Leurs réponses nous ont aidés à isoler les secteurs « Covid-résistants », avec de la visibilité, comme le numérique, les biens de consommation primaire, l'énergie verte, l'agroalimentaire, le luxe et la santé. Et les secteurs *(suite page 199)* ▶

Le patrimoine de nos 500 progresse de 3% en 2020, contre 7% l'an dernier. Mais en 2009, autre année de crise, il avait reculé de 27%!

Les 7 plus belles entrées

RANG 2020	NOM (Entreprise)	FORTUNE 2020 (en millions d'euros)
20	**Evan Spiegel** (Snapchat)	4700
25	**Olivier Pomel et Alexis Lê-Quôc** (Datadog)	4000
66	**Stéphane Bancel** (Moderna)	1450
144	**Dominique Pellé** (Galactus Invest)	600
171	**Marc Prikazsky** (Ceva Santé Animale)	500
207	**Elie et Maurice Assouline** et leur famille (Cafpi)	400
207	**Gabriel Harari** et sa famille (Gab Capital)	400

Les 7 plus fortes progressions

RANG 2020	NOM (Entreprise)	FORTUNE 2020 (en millions d'euros)	EVOLUTION SUR UN AN
171	**Florian Douetteau et Clément Stenac, Marc Batty, Thomas Cabrol** (Dataiku)	500	+212,5%
129	**Benoit Dageville et Thierry Cruanes** (Snowflake)	700	+133,3%
316	**Jean-Charles Naouri** (Rallye)	280	+86,3%
28	**Gilles et Yves-Loic Martin** (Eurofins Scientific)	3800	+65,2%
313	**Dexter Goei** (Altice USA)	285	+58,3%
13	**Alain Mérieux** et sa famille (bioMérieux)	8000	+53,8%
12	**Xavier Niel** et sa famille (Iliad-Free)	9000	+52,5%

Les 7 plus fortes chutes

RANG 2020	NOM (Entreprise)	FORTUNE 2020 (en millions d'euros)	EVOLUTION SUR UN AN
452	**Marie-Odile Amaury** et sa famille (Editions Amaury)	180	-51,4%
440	**Jean-Louis Bouchard** (Econocom)	190	-49,9%
308	**Maurice Ricci** et sa famille (Akka Technologies)	290	-45,3%
98	**Pierre et François Bouriez** ainsi que leur famille (Groupe Louis Delhaize)	950	-40,6%
258	**Robert Zolade** (Elior)	330	-40,0%
32	**Anne et Henri Beaufour** et leur famille (Ipsen)	3200	-39,6%
226	**Didier Deconinck** et sa famille (Tarkett)	380	-39,2%

Les 7 plus grosses ventes

NOM (Entreprise)	SECTEUR	PRODUIT DE LA VENTE (en millions d'euros)
Familles Pelletier et Menaut, Desalbres... (DRT)	Chimie	600
Didier Tabary (Filorga)	Cosmétiques	500
Jean-Claude Marian (Orpéa)	Maisons de retraite	450
Monique Roosmale Nepveu (Louis-Dreyfus Négoce)	Holding	300
Famille Galland (Le Bélier)	Automobile	250
Jalel Souissi et Jacques Mangeot (Acrelec)	Electronique	180
Alexis Kniazeff et Hubert Martigny (Altran)	Numérique	145

Tous droits réservés à l'éditeur

(suite de la page 196) « Covid-exposés » : le spectacle, la restauration, l'hôtellerie, l'automobile et l'aérien. Avec des décotes et surcotes qu'il a fallu confronter à l'expérience des entrepreneurs eux-mêmes. *« L'impact du Covid sur ma boîte ? Presque nul : un petit ralentissement sur notre rythme de développement de 25% par an »*, explique par exemple Matthieu Courtecuisse (270 millions, 331e), le PDG-fondateur de Sia Partners, un groupe de conseils aux entreprises. Le patron et actionnaire d'Ortec Expansion (services à l'industrie), lui, s'estime plus exposé. André Einaudi (875 millions, 105e), en bon ingénieur, a sorti sa calculette : *« En fonction des transactions récentes, notre multiple de valorisation est passé de 8 à 6 »*, constate-t-il. Ce qui signifie qu'entre février et juillet 2020 la valeur d'Ortec est passée de plus d'1,1 milliard à moins de 900 millions d'euros.

Entrepreneurs au front

Ces chefs d'entreprises fortunés nous ont aussi rappelés qu'ils étaient d'abord des entrepreneurs, capables de payer le juste prix pour saisir une opportunité. *« Ces derniers mois, les industriels ont été davantage présents sur les deals que les financiers, plus enclins à lever le pied »*, constate Matthieu Boyé, associé *corporate finance* chez Mazars. Didier Ferré (750 millions, 120e), un des principaux franchisés du groupe hôtelier Accor, propriétaire de 13000 chambres, le reconnaît volontiers : *« C'est vrai, on n'a eu aucune visibilité pendant la crise. Mais, dans l'hôtellerie, où il faut sept à huit ans pour lancer un hôtel, cela ne doit pas freiner notre développement. »* Dans ce secteur très actif, les rares transactions ont été initiées par des entrepreneurs avec des décotes nettement moins fortes que ce que pouvait laisser supposer la dégringolade boursière de l'icône du secteur, le groupe Accor, dont le titre a reculé de 46% en six mois. Et Michel Hervé (130 millions), PDG du groupe d'installations thermiques qui porte son nom, nous l'avoue : *« J'ai bien encaissé l'impact du coronavirus et s'il y a des opportunités, j'achèterai. D'autant que j'ai des liquidités, ce (suite page 201)*

« Ces derniers mois, les industriels ont été davantage présents sur les deals que les financiers, enclins à lever le pied. »

Matthieu Boyé, associé corporate finance chez Mazars.

Tous droits réservés à l'éditeur

RANG 2020	RANG 2019	NOM	FORTUNE (en millions d'euros) 2020	FORTUNE (en millions d'euros) 2019	ENTREPRISE Secteur	COMMENTAIRE
1	1	**Bernard Arnault** et sa famille	100000	88286	**LVMH** Luxe	Fin 2019, le PDG de LVMH (CA: 53,7 milliards) est devenu l'homme le plus riche du monde. Depuis, il a été dépassé par Jeff Bezos et Bill Gates. Mais en atteignant les 100 milliards, il conforte un peu plus sa place de première fortune de France et d'Europe, qu'il doit surtout à l'évolution de ses 47,35% de LVMH et à ses 1,8% d'Hermès. Bien plus, en tout cas, qu'à ses diversifications hors du luxe (Carrefour, holding de Lagardère…).
2	4	**Famille Hermès**	55500	43000	**HERMÈS INTERNATIONAL** Luxe	Le groupe de luxe compte une centaine d'actionnaires descendants du fondateur, dont la fortune a augmenté de presque 25% en un an. Depuis la tentative de raid de Bernard Arnault, ces actionnaires sont liés par des pactes au sein de holdings : H51 contrôle 54,2%; H2, 6,6%. D'autres membres du groupe familial ont encore 6%. Reste le cas de Nicolas Puech, membre dissident de la famille, que nous traitons à part dans ce palmarès.
3	2	**Alain et Gérard Wertheimer** et leur famille	53000	50000	**CHANEL** Luxe	Les héritiers du cofondateur du groupe de luxe en détiennent 100%. Chanel a annoncé que la pandémie réduirait de 15 à 20% ses ventes en 2020, mais son chiffre d'affaires 2019, à presque 11 milliards d'euros, est en hausse de 13%. Nous relevons donc leur fortune, d'autant que les cours du secteur montrent une prime aux marques premium. Chanel profite aussi des "achats de rattrapage" des Chinois.
4	3	**Françoise Bettencourt-Meyers** et sa famille	51000	45800	**L'ORÉAL** Cosmétiques	La petite-fille du fondateur et ses enfants contrôlent en direct et via leur holding Thétys 33% du n°1 mondial des cosmétiques (CA: 29,8 milliards), qui a multiplié son activité par deux et sa capitalisation par 3,5 en dix ans. L'après-Covid semble signer un retour à la normale avec des ventes en forte hausse. A travers Thétys, la famille Bettencourt s'est aussi diversifiée ces derniers mois (éducation avec Galileo, biologie animale Ceva Santé).
5	6	**François Pinault** et sa famille	32000	29000	**KERING** Luxe	Malgré un recul de 15% des ventes du groupe de luxe (CA: 15,8 milliards) au premier trimestre, la fortune de ses principaux actionnaires (40% du capital) a augmenté de près d'un quart en un an. Et Kering, avec son impressionnant portefeuille de marques, bénéficiera du rebond post-Covid. La famille possède par ailleurs d'autres actifs, comme la maison d'enchères Christie's, de la dette industrielle et un beau patrimoine viticole.
6	5	**Gérard Mulliez** et sa famille	26000	32000	**GROUPE MULLIEZ** Distribution	Cette famille détient, à travers sa structure AFM, une vingtaine de grandes entreprises (Auchan, Leroy Merlin, Kiabi, Decathlon, Boulanger…). Le groupe (CA: 87 milliards) a vu ses résultats baisser et a supprimé ses dividendes pour la deuxième année consécutive. Et la crise sanitaire ne va pas contribuer à redresser les comptes de cet empire déjà fragilisé par les mutations des modes de consommation et de distribution.
7	7	**Laurent, Olivier, Marie-Hélène et Thierry Dassault**	23500	23000	**GROUPE INDUSTRIEL MARCEL DASSAULT** Holding	Les petits-enfants du fondateur, Marcel, contrôlent cet empire centré sur l'ingénierie. Ses principales participations sont Dassault Aviation (62%) et Dassault Systèmes (40%). Ils ont aussi des parts dans bioMérieux (5,1%), Rubis (5,2%) et des actifs plus diversifiés : Le Figaro, Artcurial, immobilier, vignobles… La valeur de leur participation dans Dassault Aviation a reculé, autant qu'a progressé celle dans Dassault Systèmes.
8	8	**Pierre Castel** et sa famille	13500	14000	**CASTEL FRÈRES** Vins	A 94 ans, le "Baron de Lestac" contrôle depuis la Suisse un empire à deux têtes (CA : env. 6 milliards). En France, il est n°1 du vin (Malesan, Kriter, Listel, Vieux-Papes…), possède 50% du prestigieux Beychevelle et le réseau Nicolas. A l'étranger, il est n°2 de la bière en Afrique, avec son partenaire sud-africain ABInBev, qui détient 20% de son groupe. Il a aussi de l'immobilier professionnel en Espagne et au Portugal.
9	10	**Patrick Drahi**	12500	9000	**ALTICE GROUP** Télécoms, médias	Le patrimoine de ce magnat des télécoms (CA: 14,8 milliards), propriétaire via ses holdings de SFR et d'Altice USA, a bondi de 40% depuis l'an dernier et de près de 65% en deux ans. Dans les médias, il s'est séparé de *Libération*, redevenu indépendant, et les effectifs de NextRadioTV (BFM, RMC) vont être réduits. Côté acquisitions, il s'est offert, à titre personnel, la maison d'enchères Sotheby's, pour 3,7 milliards de dollars.
10	12	**Pierre Omidyar**	10000	7300	**EBAY/PAYPAL** Numérique	Ce quinquagénaire franco-iranien est le fondateur, en 1995, du site planétaire d'achat-vente en ligne eBay. Depuis, il a abandonné toute fonction opérationnelle, mais reste un des plus importants actionnaires individuels (avec 4,2%). Il possède aussi 5% de PayPal. Installé à Hawaï, il finance depuis 2004 de nombreuses activités philanthropiques et humanitaires à travers le monde.
11	9	**Emmanuel Besnier** et sa famille	9900	12000	**LACTALIS** Agroalimentaire	Les petits-enfants du fondateur de Lactalis (CA: 20 milliards) en contrôlent 100%. Ce géant de l'agroalimentaire ne communique qu'une partie de ses comptes, mais, après une année historique de croissance externe marquée par 9 rachats, l'activité 2020 a marqué un coup d'arrêt avec la crise sanitaire. Emmanuel, le PDG, a prévenu qu'il allait réduire ses investissements et qu'il paierait moins cher son lait aux éleveurs…
12	16	**Xavier Niel** et sa famille	9000	5900	**ILIAD** Télécoms, médias	Le fondateur de Free (CA: 5,3 milliards) est monté au capital de son groupe, de 53 à 75%. Bonne pioche : depuis janvier, le cours a grimpé de 45%. Viennent s'y ajouter des participations télécoms à l'étranger, de l'immobilier de luxe et des investissements dans des start-up via le fonds Kima. Enfin, déjà actionnaire du *Monde*, il s'est renforcé dans les médias avec des parts dans *Nice-Matin*, *La Provence* et *France-Antilles*.

Tous droits réservés à l'éditeur

RANG 2020	RANG 2019	NOM	FORTUNE (en millions d'euros) 2020	FORTUNE (en millions d'euros) 2019	ENTREPRISE Secteur	COMMENTAIRE
13	20	**Alain Mérieux** et sa famille	8000	5200	**BIOMÉRIEUX** Santé	La famille fondatrice conserve 58,9% de ce spécialiste du diagnostic in vitro (CA: 2,7 milliards), dont le cours a progressé de 80% en un an. Elle a aussi des parts importantes dans des biotechs françaises.
14	11	**François Perrodo** et sa famille	6000	8500	**PERENCO** Energie	Cette famille installée à Londres possède le principal producteur pétrolier indépendant européen. Sa fortune a chuté de 30% en un an, comme les cours de l'or noir. Ils ont aussi trois grands vins de Margaux.
14	14	**Danièle Ricard** et sa famille	6000	6500	**PERNOD RICARD** Spiritueux	La famille fondatrice détient 15,5% du n°2 mondial des spiritueux (CA: 9,2 milliards), qui a offert 70000 litres d'alcool pur pendant la crise sanitaire pour fabriquer du gel hydroalcoolique.
16	17	**Famille Courtin-Clarins**	5800	5800	**CLARINS** Cosmétiques	Les héritiers du fondateur dirigent ce très rentable groupe de cosmétiques (CA: 1,6 milliard), qui s'est délesté de ses parfums Mugler et Azzaro pour un montant estimé à 800 millions.
17	12	**Vincent Bolloré**	5700	7300	**BOLLORÉ** Holding, médias	L'homme d'affaires breton et ses enfants possèdent 63,8% de ce holding (CA: 24,8 milliards) présent dans la logistique, les transports, l'électricité. S'y ajoutent 7,9% de Mediobanca et 27% de Vivendi.
18	20	**Margarita Louis-Dreyfus** et sa famille ◊	4800	5200	**LOUIS-DREYFUS COMPANY** Holding	Les héritiers de Robert Louis-Dreyfus détiennent 96% de ce géant du négoce (CA: 33 milliards), qui souffre du recul du commerce mondial. Leur holding contrôle aussi l'opérateur agricole brésilien Biosev.
18	29	**Nicolas Puech**	4800	3700	**HERMÈS INTERNATIONAL** Luxe	Ce septuagénaire, petit-fils d'Emile Hermès, a quitté en 2014 le conseil de surveillance du groupe de luxe (CA: 6,9 milliards), mais il conserve un peu moins de 6% du capital.
20	N	**Evan Spiegel**	4700	–	**SNAPCHAT** Numérique	Le cofondateur de ce réseau social fait une entrée dans notre classement, avec 18% de ce groupe coté à New York. Il a moins de 30 ans et a obtenu la nationalité française il y a quelques mois.
21	14	**Pierre Bellon** et ses enfants	4500	6500	**SODEXO** Services	Le fondateur de ce géant mondial de la restauration collective (CA: 22 milliards) en détient 42%. La capitalisation du groupe, à cause de la crise sanitaire, a été réduite d'un tiers en un an.
22	23	**M.-C. Coisne-Roquette et familles Coisne et Lambert**	4300	4800	**SONEPAR** Distribution	Les 220 actionnaires de cette famille contrôlent plus de 70% du n°1 mondial de la distribution de matériel électrique (CA: 24 milliards). Nous avons ajusté l'évaluation au parcours de ses rivaux cotés.
22	22	**Benjamin de Rothschild** et sa famille	4300	5000	**GROUPE E. DE ROTHSCHILD** Finance	Cette branche de la famille Rothschild détient la banque franco-suisse, qui affiche 168 milliards d'euros d'encours. Mais aussi des hôtels, des terres, des vignes…
24	25	**Marc Ladreit de Lacharrière**	4100	4300	**FIMALAC** Holding	Ce financier possède un holding présent dans le numérique, l'hôtellerie (40% du groupe Barrière) et l'immobilier (60000 m² entre Paris, Londres et New York). Il a aussi une vingtaine de salles de spectacle.
25	N	**Olivier Pomel et Alexis Lê-Quôc**	4000	–	**DATADOG** Numérique	Ces quadragénaires installés aux Etats-Unis ont cofondé en 2010 cette société de surveillance des applications dans le cloud (CA: 320 millions) cotée au Nasdaq depuis fin 2019.
25	18	**Rodolphe Saadé** et sa famille	4000	5500	**CMA-CGM** Transports	Le fils du fondateur possède avec sa famille 74,5% du n°4 mondial du fret maritime (CA: 26,8 milliards) après l'intégration de Ceva. Le groupe, qui était en perte en 2019, souffre des effets de la pandémie.
27	24	**Famille Decaux**	3900	4400	**JCDECAUX** Communication	Les héritiers du fondateur possèdent 64% du leader mondial du mobilier urbain (CA: 3,6 milliards), 9,5% de Bouygues Telecom et 17,5% d'Eurazeo. Tous ces titres ont vu leur cours reculer en Bourse.
28	39	**Gilles et Yves-Loïc Martin**	3800	2300	**EUROFINS SCIENTIFIC** Santé	La famille fondatrice, toujours aux commandes, détient 35,8% de ce leader mondial de la bioanalyse (CA: 4,6 milliards). Son cours a grimpé de 60%, boosté par le besoin de dépistage du coronavirus.
29	28	**Gilles Hennessy et familles Hennessy, Moët et Chandon**	3700	3900	**LVMH** Luxe	Ces familles ont cédé leurs maisons de champagne et de cognac dans les années 1980 en échange d'actions LVMH. Leur fortune recule en raison de cessions de titres.
29	30	**Famille Lesaffre** ♦	3700	3500	**LESAFFRE** Agroalimentaire	Cette grande famille nordiste (plus de 400 personnes) possède ce géant de la levure et des produits de fermentation (CA: 2,2 milliards). Son activité a crû pendant le confinement.
31	32	**Marc Hériard-Dubreuil** et sa famille	3650	3300	**RÉMY COINTREAU** Spiritueux	Le président et sa famille contrôlent 50,5% de ce prestigieux groupe de spiritueux (CA: 1,1 milliard). Et 72% du fabricant de fûts et bouchons Oeneo (CA: 290 millions).
32	31	**Mohed Altrad**	3200	3400	**ALTRAD** BTP, services	Le président du club de rugby de Montpellier est aussi le fondateur et principal actionnaire de ce groupe de services aux entreprises (CA: 3,4 milliards). Il estime que la crise réduira son activité de 1 milliard.
32	19	**Anne et Henri Beaufour** et leur famille	3200	5300	**GROUPE IPSEN** Santé	Les deux enfants du fondateur détiennent 56% du 3e groupe français de pharmacie (CA: 2,5 milliards). Leur fortune a été impactée par des résultats 2019 négatifs et deux achats décevants aux Etats-Unis.
32	26	**Robert Peugeot** et sa famille	3200	4200	**PEUGEOT SA** Automobile	La famille fondatrice possède 12,2% du constructeur automobile (CA: 74,7 milliards), dont le cours a chuté malgré le rapprochement en cours avec Fiat. Elle a aussi 80% du holding coté FFP.

N : nouveau. ♦ Conteste notre évaluation. ◊ Ne souhaite pas figurer dans notre palmarès. CA : chiffre d'affaires.

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 08/07/2020
Heure : 18:12:53
Journaliste : Philippe Gautreau

www.dvdfr.com
Pays : France
Dynamisme : 13

Visualiser l'article

Themroc (1973) : le test complet du DVD

Un licenciement injuste déclenche chez un peintre en bâtiment une furieuse envie, régressive, d'être libre comme au temps des cavernes.



Themroc, peintre en bâtiment, habite un petit appartement. Il entame sa routine quotidienne : petit-déjeuner dans la cuisine, sa mère lui montre la pendule affichant 6 heures. Il va devoir partir au boulot, mais pas sans être allé respirer le corps de sa jeune soeur, dormant nue dans la pièce voisine. Vite habillé, il enfourche son vélo, en même temps qu'un collègue habitant l'immeuble de l'autre côté de la rue. Les deux pédalent, épaule contre épaule, pour prendre le métro, puis un train de banlieue et rejoindre leur entreprise. Themroc, en dépit de trente ans d'ancienneté, est soudainement licencié pour avoir surpris, de son échafaudage, son patron en train de lutiner sa secrétaire. Enragé par cette injustice, Themroc abat la façade de sa chambre, en bouche l'entrée pour en faire une caverne, accessible de la cour par une échelle de corde. C'est là qu'il va mener une vie primitive, animale. Ce comportement fait réagir les autorités et donne des idées aux voisins…

Themroc , le deuxième long métrage de Claude Faraldo, réalisé en 1973, l'adaptation de sa pièce de théâtre Doux mais troglodytes, sort deux ans après BOF.. (anatomie d'un livreur) . Autodidacte venu au cinéma à 40 ans après avoir été berger, puis livreur pour les Vins Nicolas, Claude Faraldo s'inscrit parallèlement au cours Simon et commence une carrière d'acteur, surtout dans des rôles de mauvais garçon, celui de Manuel Palmari dans **Maigret se détend** et **La Patience de Maigret** , réalisés par Andrzej Kostenko, avec Bruno Cremer dans le rôle-titre, ou celui d'Ange Paoli dans la série Mafiosa , créée par Hugues Pagan en 2006. Il a écrit le scénario de ses films et aussi celui de La Veuve de Saint-Pierre , une belle histoire de rédemption réalisée par Patrice Leconte en 2000, avec Juliette Binoche dans le rôle-titre.

Tous droits réservés à l'éditeur

BOF.. (anatomie d'un livreur) , irrespectueux, secouait gentiment les conventions sociales en conservant un côté bon enfant… si l'on oublie le meurtre, anecdotique et «#pour son bien#», d'une personne «#inapte au bonheur.#»

Themroc , sur le ton de la farce, est plus destructeur, ce qu'annonce le rire irrépressible de Michel à la vue de l'effondrement d'un immeuble destiné à la démolition. Pour lui, l'ordre établi doit connaître le même sort : il faut tout envoyer par-dessus les moulins, s'affranchir des règles et, avec un grand pied de nez, braver les interdits, y compris les deux tabous majeurs, l'inceste et le cannibalisme. Ce qui valut au film une interdiction aux moins de 18 ans et une distribution restreinte.



Themroc dénigre le travail salarié, dresse un tableau caricatural de l'entreprise qui emploie son personnel à des tâches inutiles, tel ce «#gentil gardien#» préposé à tailler une cinquantaine de crayons, dont il casse les mines quand le job est fini, pour le recommencer. Le consumérisme est épinglé, ce que symbolise la destruction à coups de masse d'une voiture par son propriétaire qu'on a vu la bichonner tout au long du film.

Mais la réflexion n'est jamais poussée bien loin dans ce brûlot post soixante-huitard, hara-kirien, qui fait feu de tout bois pour tout envoyer valser, avec un humour absurde faisant écho à celui des Monty Python qui faisait fureur à l'époque.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Themroc est un film muet… bien qu'on y parle haut et fort, mais dans un charabia incompréhensible. Et pourtant, la mise en scène, les postures, les expressions et l'intonation des acteurs permettent de deviner la plupart des «#dialogues#».

Le film, en dépit de petits moyens, tourné en 16 mm, a bénéficié de la présence dans le rôle-titre de Michel Piccoli, d'une fougue sauvage sous une crinière rousse, dans un emploi aux antipodes des rôles de bourgeois des films de Claude Sautet. Lui donne la réplique, Béatrice Romand, révélée trois ans plus tôt par Le Genou de Claire d'Éric Rohmer. Toute l'équipe du Café de la Gare, ouvert trois ans plus tôt, complète la distribution. Romain Bouteille incarne, à lui tout seul, pas moins de huit personnages, en bonne compagnie, celle d'Henri Guybet, Miou-Miou, Patrick Dewaere, Coluche et les autres.

Themroc fut salué par le *Prix spécial du jury* et le *Prix d'interprétation masculine* pour Michel Piccoli au Festival du Cinéma Fantastique d'Avoriaz de 1973.

Une bonne idée qu'a eue Tamasa Diffusion de rééditer **Themroc** et de tirer de l'oubli BOF.. (anatomie d'un livreur) , encore jamais édité en vidéo. Une perche tendue à celles et ceux, probablement très nombreux à ne pas le connaître, de découvrir le cinéma de Claude Faraldo.



Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

BOF.. (anatomie d'un livreur) (1971) : le test complet du DVD

Voilà, tiré de l'oubli, un film imprégné de l'esprit post-soixante-huitard, réalisé par un autodidacte, Claude Faraldo, réalisateur du plus connu Themroc.



Un jeune livreur de bouteilles a épousé la souriante Germaine. Son père, dégoûté d'aller pointer à l'usine, a aidé sa dolente femme à «#faire le grand saut#», lui évitant les désagréments de la vieillesse. Le fils veut suivre l'exemple du père : abandonner son métier, adopter un mode de vie entièrement libre. D'ailleurs, il accepte de faire «#ménage à quatre#» avec son père et son aimable fiancée. Enthousiasmés par cette douce euphorie, tous décident de partir au pays du soleil…

Après avoir été berger, Claude Faraldo «#monte#» à Paris, devient livreur pour les Vins Nicolas, avant de réaliser **Bof.. (anatomie d'un livreur)** , sorti en 1971, son premier long métrage, après **La Jeune morte** , coréalisé en 1965 avec Roger Pigaut, apparemment inédit. Il s'inscrit au cours Simon et commence une carrière d'acteur à 40 ans, en 1976, surtout dans des rôles de mauvais garçons, celui de Manuel Palmari dans **Maigret se détend** et **La Patience de Maigret** , réalisés par Andrzej Kostenko, avec Bruno Cremer dans le rôle-titre, ou celui d'Ange Paoli dans la série Mafiosa , créée par Hugues Pagan en 2006. Dans Les Fleurs du miel , qu'il réalisera en 1976, il tient le rôle principal… celui d'un livreur de bouteilles de vin et spiritueux ! Auteur du scénario de ses films, il a aussi écrit celui de La Veuve de Saint-Pierre , une belle historie de rédemption réalisée par Patrice Leconte en 2000.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

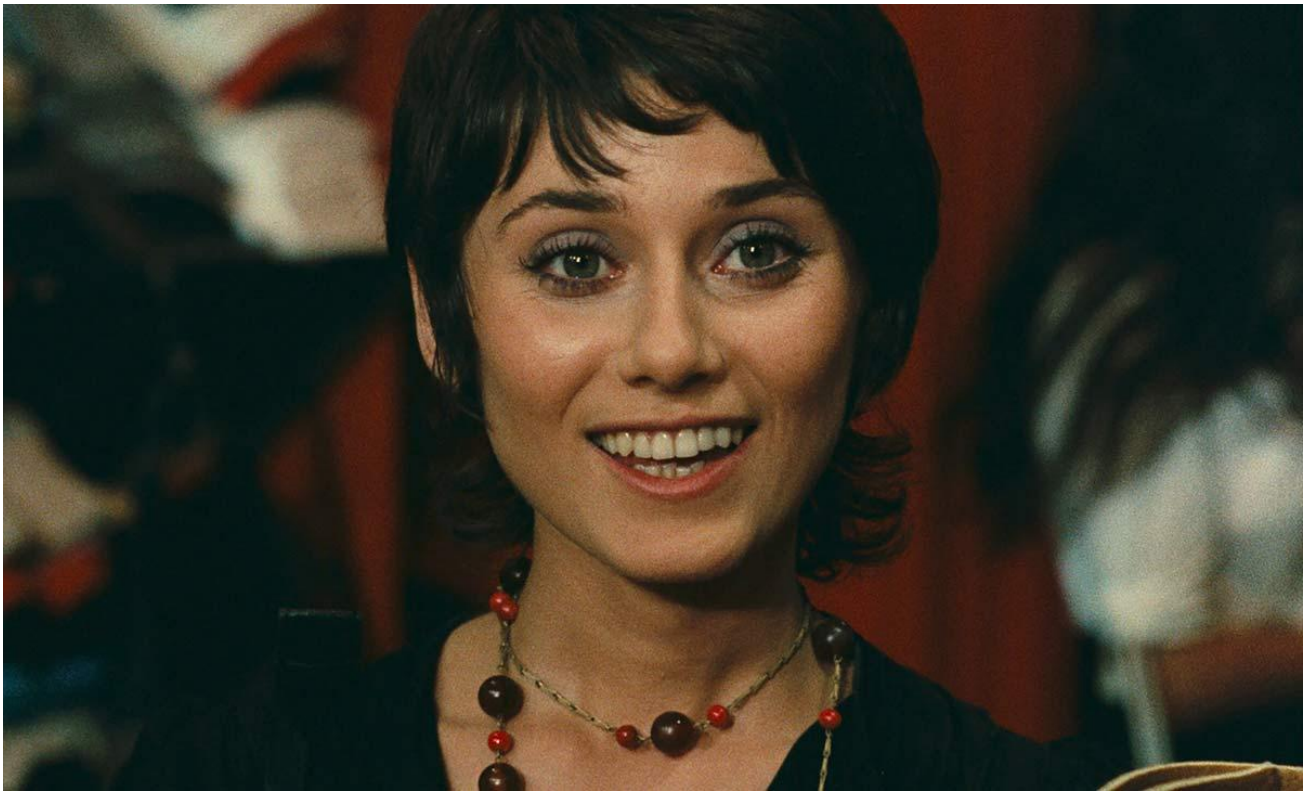


Ben, les enfants, on va bien s'amuser !

Bof.. (anatomie d'un livreur) , irrespectueux, iconoclaste, emblématique de l'état d'esprit post-soixante-huitard, un plaidoyer au soutien de la paresse, de la liberté sexuelle, secoue gentiment les conventions sociales : si l'on a envie d'une chose qu'on n'a pas les moyens d'acheter, pourquoi ne pas la voler… tout simplement. Le porte-parole de cet art de vivre, c'est Paulo, le père du livreur : ouvrier pendant 30 ans, l'idée lui est soudain venue de prendre une retraite anticipée pour passer le reste de sa vie à… s'amuser. Veuf depuis peu (on saura vers la fin du film comment il l'est devenu), seul un gros manque l'empêche d'accéder au bonheur : celui d'une femme… «#au moins de temps en temps#». Ce sera celle de son fils, récemment marié, chez lequel il s'est installé.

Bof.. (anatomie d'un livreur) , en dépit d'un petit budget, est servi par une belle distribution, en tête de laquelle se placent deux acteurs chevronnés, Paul Crauchet, dans le rôle de Paulo, et Marie Dubois, dans celui de Germaine, la jeune femme du livreur. Marie-Hélène Breillat, huit ans avant Claudine , la série dont elle tient si bien le rôle-titre, donne une belle présence à Nana, que Paulo fera entrer dans la famille. Julian Negulesco joue le livreur avec l'art et la manière que lui a enseignés Claude Faraldo pour placer, avec le minimum d'effort, une caisse de vingt bouteilles sur l'épaule. Mamadou Diop, le cinquième larron, connaissait déjà son emploi : c'était un vrai balayeur des rues sénégalais, débauché pour le film !

Tous droits réservés à l'éditeur



Bof.. (anatomie d'un livreur) tire grand profit de l'expertise et du talent de Sacha Vierny qui fut, dès 1959, le directeur de la photographie d' Hiroshima mon amour , le premier d'une suite de neuf films qu'il tournera avec Alain Resnais. Il sera aussi le chef opérateur de Luis Buñuel, en 1967, pour Belle de jour , puis de Peter Greenaway, pour huit films, dont Le Ventre de l'architecte , en 1987, et The Pillow Book , en 1996, qui lui valut plusieurs prix.

Demain, s'il fait beau, on part dans le Sud !

Cette invitation pressante de Paulo à la petite bande d'amis-amants, clôt l'histoire de **Bof.. (anatomie d'un livreur)** avec un dernier plan laissant supposer sa nature utopique : on voit les cinq personnages, filmés en contre-jour, sous une pluie battante, cheminer le long d'une rivière, cap au sud, vers un rêve ensoleillé qui, on l'imagine, se dissipera dans la désillusion.

On saluera la bonne idée qu'a eue Tamasa Diffusion de tirer de l'oubli **Bof.. (anatomie d'un livreur)** , encore jamais édité en vidéo, maintenant disponible en même temps qu'une réédition de Themroc , le film majeur de Claude Faraldo.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point

www.lepoint.fr
Pays : France
Dynamisme : 92

Visualiser l'article

Quelles sont les dix plus grosses fortunes de France en 2020 ?



Avec une fortune estimée à 100 milliards d'euros, le PDG de LVMH conforte sa place de numéro un. © ERIC PIERMONT / AFP

C'est un classement très attendu dans le monde des premiers de cordée, expression chère au président de la République Emmanuel Macron. Chaque année depuis un quart de siècle, le magazine *Challenges* recense les 500 plus grosses fortunes de France. Cette année 2020 révèle quelques surprises, avec un podium légèrement différent de celui de 2019.

Un homme semble néanmoins apprécier la première place, puisqu'il la conserve cette année. Bernard Arnault, qui fut l'homme le plus riche du monde avant d'être coiffé au poteau par le patron d'Amazon Jeff Bezos, et Bill Gates, reste toutefois l'individu au portefeuille le plus fourni en France. Avec une fortune estimée à 100 milliards d'euros, le PDG de LVMH conforte sa place de numéro un. La breloque d'argent revient à la famille Hermes, forte d'un patrimoine avoisinant les 55,5 milliards d'euros. Outsiders en 2019, ils font une entrée fracassante dans le trio gagnant. Enfin, la troisième marche du podium est occupée par Alain et Gérard Wertheimer et leur famille (53 milliards d'euros). Si le clan à la tête de l'empire Channel n'a pas à rougir, il décroche d'une place par rapport à 2019.

Les outsiders

Place aux outsiders. Françoise Bettencourt-Meyers, petite-fille du fondateur de L'Oréal, échoue en 4e position grâce à une fortune estimée à 51 milliards d'euros. Elle a dû céder sa médaille de bronze, remportée en 2019. La 5e place revient à l'homme d'affaires François Pinault (propriétaire du *Point*) et sa famille (32 milliards d'euros). À la sixième place, Gérard Mulliez. Le Roubaisien de 89 ans est assis sur une fortune de 26 milliards

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

d'euros grâce à son groupe AFM, qui possède notamment les enseignes Décathlon, Auchan et Leroy-Merlin. Il perd toutefois une place au classement.

Vient ensuite le clan Dassault. Les petits-enfants du fondateur du groupe éponyme, Laurent, Olivier et Marie-Hélène, peuvent compter sur un patrimoine estimé à 23,5 milliards d'euros. À la 8e place, Pierre Castel peut remercier les vignes. Numéro un du vin et propriétaire du réseau Nicolas, le nonagénaire possède 13,5 milliards d'euros sur son compte en banque, selon *Challenges* . Une coquette somme qui lui permet de se maintenir à la 8e place.

Patrick Drahi, propriétaire de SFR et Altice, dispose d'une fortune de 12,5 milliards d'euros, ce qui lui permet de gagner un rang au classement et de revendiquer la neuvième place. Il cède donc la 10e position à Pierre Omidyar (10 milliards d'euros). Le fondateur de la plateforme d'achats en ligne eBay fait sa première apparition dans cet enviable palmarès.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

3 questions sur le vin bio

Qu'englobe cette appellation ? Le goût est-il différent ? Quelle est la différence de prix ? Dans cet article nous allons tenter de répondre à ces questions afin que le vin bio n'ait plus aucun secret pour vous.



De nos jours, on voit fleurir un peu partout le label « bio » : sur les aliments, les produits ménagers ou cosmétique et aussi sur vin !

Le vin bio, c'est **quoi ?**
Depuis quelques années le vin bio est **devenu tendance** que ça soit en France ou à l'étranger. Cependant, peu de gens savent exactement quelle est la différence entre un vin issu de l'agriculture biologique et un vin conventionnel.

Qu'englobe cette appellation ? Le goût est-il différent ? Quelle est la différence de prix ? Dans cet article nous allons tenter de répondre à ces questions afin que le **vin bio** n'ait plus aucun secret pour vous.

Qu'entend-t-on par vin bio ?

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Les vins bio que l'on trouvait par le passé uniquement chez des cavistes spécialisés sont maintenant présents dans la plupart des rayons de **grandes surfaces** . Il suffit de feuilleter le catalogue Lidl , **Leclerc** ou **Intermarché** pour trouver des vins rosés ayant le **label AB** (**Agriculture Biologique**) à partir de 4 €. Celui-ci est attribué aux vins depuis 2012 en fonction de plusieurs critères. Ce qu'il faut savoir, sans trop rentrer dans les détails du cahier des charges, c'est que le vin a été élaboré à partir de **produits naturels** sans avoir **recours aux pesticides** ou autres **produits chimiques** comme des OGM ou des engrais. De plus, depuis 2012, le label AB ne se réfère pas uniquement au traitement de la vigne, mais aussi à toutes les étapes de vinification, mise en bouteille incluse. Le logo AB sur l'étiquette des bouteilles certifie que le vin est issu de l'agriculture biologique.

Différence de goût ?
Pour être honnête il est difficile de savoir si un vin écoresponsable acheté chez **Lidl** a un goût différent d'un vin classique chez **Nicolas** !

Certains vignerons vous diront que les vins bio ont une touche minérale et fruitée que l'on ne trouve pas dans les conventionnels. D'autres diront que dans le **vin rouge** on y trouve des notes florales inconnues dans les vins habituels.

En vérité, le goût d'un vin dépend principalement de celui qui le déguste : à l'instar d'une œuvre d'art, certains y voient un chef d'œuvre et d'autres n'y trouvent aucun intérêt. Il en va de même pour un bordeaux.

La notion de goût est donc **principalement subjective** , cela dépend plus de la perception et des sentiments que le vin évoque plutôt que son procédé de fabrication. Cependant un vin bio dépourvu de **sulfites** peut avoir un goût légèrement différent.

Différence de prix
La bouteille de vin bio peut coûter un **peu plus cher** qu'une bouteille classique. Cette différence de prix se justifie par le fait que les vignerons et les viticulteurs qui pratiquent la viticulture biologique misent sur la qualité plutôt que sur la quantité. Ce choix implique une main d'œuvre plus conséquente et des récoltes incertaines en raison d'une vigne plus fragile ce qui a pour résultat un rendement plus faible, d'où un coût légèrement supérieur par rapport au vin conventionnel. Mais, comme nous l'avons vu précédemment, on trouve facilement de bonnes bouteilles de vin bio en grande surface à moins de 10 €.

Photo de couverture Yulia Grigoryeva / Shutterstock

Tous droits réservés à l'éditeur

Cuisine Actuelle

Pays : France
Périodicité : Mensuel
OJD : 143070





Date : Aout 2020
Page de l'article : p.4

CARNET D'ADRESSES

Alinea : alinea.com ; **Ambiance & Styles :** ambianceetstyles.com ; **Association vrac :** vrac-asso.org ; **Barbecue France :** barbecue-france.fr ; **Bouge ton coq :** bougetoncoq.fr ; **Bougies La Française :** bougies-la-francaise.com ; **Bravo Hugo :** groupe-reitzel.com ; **Château d'Aqueria :** aqueria.com ; **Comptoir de la table :** comptoirdelatable.com ; **Côté Table :** cote-table.com ; **Cuisinart :** cuisinart.fr ; **Domaine de Montbourgeau :** domaine-de-montbourgeau.fr ; **Domaine des Carabiniers :** biodynamicwine.bio ; **Ecoidées :** lemondeestbio.com ; **Feta Vassilitsa :** fetavassilitsa.com ; **Fragonard :** fragonard.com ; **Fromagerie Janin :** 21 avenue de la République, 39300 Champagnole ; **Fruitière de la Source de l'Ain :** Grande Rue, 39250 Gillois ; **Gaborit :** bernardgaborit.fr ; **Green Gate :** greengate.dk ; **Guy Degrenne :** degrenne.fr ; **Jardiland :** .jardiland.com ; **Jardin d'Ulysse :** jardindulysse.com ; **Kalios :** mykalios.com ; **Kitchen Craft :** 05 55 33 60 79 ; **La Fourche :** lafourche.fr ; **L'atelier V :** latelierv.fr ; **Le Bouchon du Château :** lebouchonduchateau.com ; **Le Clair de la Plume :** 2 place du Mail, 26230 Grignan, 04 75 91 81 30 et clairplume.com ; **Le Producteur local :** leproducteurlocal.fr ; **Maison Marc :** maisonmarc.fr ; **Mie & You :** 213 route de Macornay, 39000 Lons-le-Saunier ; **Mythos :** mythosbeer.gr ; **Natali :** boutique-natali.com ; **Nektar :** nektarcafe.gr ; **Nicolas :** nicolas.com ; **Nina Métayer :** ninametayer.com ; **Othrys Farms :** othrysfarms.com ; **Pelen Chocolatier :** pelen.fr ; **Rice :** ricebyrice.com ; **Sabre :** sabre.fr ; **Sema Design :** semadesign-deco.fr ; **Terre Exotique :** terreexotique.fr ; **Toute la maison en parle :** toutelamaisonenparle-shop.fr

Tous droits réservés à l'éditeur

LA MONTAGNE
Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 178584



Date : 06 juillet 2020
Journaliste : Christine Balle

AFFICHES ■ Au musée d'art et d'Histoire Romain-Rolland de la Nièvre

L'art de la pub à Clamecy

Les œuvres du célèbre affichiste Charles Loupot, dont la créativité a marqué le tournant dans l'entre-deux-guerres, de l'évolution du graphisme et de la publicité, constituent l'une des richesses du musée de Clamecy.

Christine Balle
christine.balle@centrefrance.com



ÉGÉRIE. Entre 1916 et 1923, Marcelle Vitet a servi de modèle à l'affichiste, qui travaillait pour de grands magasins suisses et pour la mode. PHOTO JÉRÔME TOUSSAINT

Au rond-point du boulevard, c'est d'une statue monumentale qu'arrive la surprise. L'Homme du Futur, qui impose ainsi son salut de bienvenue, ouvre la porte d'une petite cité médiévale pleine d'attraits. À commencer par cette œuvre monumentale signée César, commandée par François Mitterrand, qui fut député de la Nièvre, avant d'être président de la République. Un cadeau de taille.

Le président, n'entendant pas masquer son affection pour la petite ville de Clamecy, lui a également offert une impressionnante collection de peintures, cadeaux présidentiels, en provenance d'artistes du monde entier.

Le musée d'art et d'Histoire, qui porte le nom de l'illustre écrivain clamecycois Romain Rolland, par ailleurs installé dans la maison natale de l'auteur, a réservé une place d'honneur à ces toiles, comme aux faïences qui caractérisent l'histoire locale, tout en faisant de l'affichiste Charles Loupot, le héros de ses multiples richesses.

Une exposition permanente. L'antre de Charles Loupot, tout d'un trait, d'un style, de couleurs aimées. Le jaune, le crème, le rouge orangé, forts d'assurer la classe du produit vanté, éclairent la salle d'exposition consacrée aux plus belles affiches publicitaires de Loupot. Celui dont l'œuvre, dès 1923, a marqué l'évolution du graphisme et de la publicité qui, en 1936, donnait à l'apéritif Saint-Raphaël, l'image de la modernité et aux cigarettes Sato celle de la magie.

Admirées sur les murs de Paris

Pour les cigarettes ou pour les fourrures Canton, Loupot s'inspira d'un modèle qui fut son égérie pour ses lithographies de grand raffinement. Très inspiré, l'artiste a fait de la voiture de luxe Voisin, la voiture unique, capable de se lancer à l'assaut de la terre entière ou, figure de mystère, de vaincre l'inconnu de la forêt dans un écrin de noir et de vert. Ces affiches, qui ont pu être admirées sur les murs de Paris, ont propulsé l'affichiste dans le carnet d'adresses de plus grands constructeurs de voitures que sont Citroën et Peugeot, mais aussi les vins Nicolas ou les Galeries Barbès. Sous la simplicité apparente du trait de l'artiste, se dissimulent de nombreuses références à l'histoire de l'art. Ainsi le grand T rouge et or du thé Twining en 1930, fait-il penser aux grandes initiales enluminées du Moyen Âge.

Le cheminement, qui est proposé dans la salle Loupot du musée, montre l'évolution de l'artiste, qui a commencé par la figuration, pour aboutir, dans les années 50, à une certaine abstraction. Le cirage Lion noir, l'eau Vichy Célestins ou la stylisation parfaite du A et du L de la marque Air Liquide et dont le logo a perduré jusqu'à ces dernières années, illustre l'évolution du graphisme de plus en plus épuré choisi par l'artiste. Soit cinquante ans de publicité.

Et si Clamecy a pu bénéficier du travail de l'artiste pourtant né à Nice et devenu Parisien, c'est parce qu'il a eu un coup de cœur pour la région, en 1934. Sa compagne, originaire de Clamecy, a offert cette collection au musée, en 1976. Puis c'est la belle-fille de l'artiste qui a, plus récemment, remis un ensemble exceptionnel de ses œuvres. C'est ainsi que le musée s'est ouvert, généreusement, aux arts graphiques.

Car l'artiste aimait la Nièvre. Profitant d'une incursion stylistique dans l'art sacré, on lui doit les fresques et le dessin des vitraux de la chapelle de la Tête Ronde, à Menou. ■

Musée d'art et d'Histoire Romain-Rolland. Ouvert de 10 h à 12 h et de 14 h à 18 h, fermé dimanche matin et mardi. Exposition temporaire « Exposition Intaranum [Entrains-sur-Nohain] Échos d'une ville romaine » jusqu'au 14 novembre.

UN ARTISTE

1892
Charles Loupot est né à Nice. Après la Suisse, il s'installe à Paris en 1923.

1930
Loupot travaille pour les peintures Valentine, dont le fondateur a créé L'Oréal.

1950
L'apogée de l'abstraction dans les dessins de l'artiste. Le trait, son style.

Tous droits réservés à l'éditeur

LA RÉPUBLIQUE DU CENTRE

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 36891



Date : 06 juillet 2020
Journaliste : Christine Balle

Au musée d'art et d'Histoire Romain-Rolland de la Nièvre

L'art de la pub à Clamecy

Au rond-point du boulevard, c'est d'une statue monumentale qu'arrive la surprise. L'Homme du Futur, qui impose ainsi son salut de bienvenue, ouvre la porte d'une petite cité médiévale pleine d'attraits. À commencer par cette oeuvre monumentale signée César, commandée par François Mitterrand, qui fut député de la Nièvre, avant d'être président de la République. Un cadeau de taille.

Le président, n'entendant pas masquer son affection pour la petite ville de Clamecy, lui a également offert une impressionnante collection de peintures, cadeaux présidentiels, en provenance d'artistes du monde entier.

Le musée d'art et d'Histoire, qui porte le nom de l'illustre écrivain clamecycois Romain Rolland, par ailleurs installé dans la maison natale de l'auteur, a réservé une place d'honneur à ces toiles, comme aux faïences qui caractérisent l'histoire locale, tout en faisant de l'affichiste Charles Loupot, le héros de ses multiples richesses.

Une exposition permanente. L'antre de Charles Loupot, tout d'un trait, d'un style, de couleurs aimées. Le jaune, le crème, le rouge orangé, forts d'assurer la classe du produit vanté, éclairent la salle d'exposition consacrée aux plus belles affiches publicitaires de Loupot. Celui dont l'oeuvre, dès 1923, a marqué l'évolution du graphisme et de la publicité qui, en 1936, donnait à l'apéritif Saint-Raphaël, l'image de la modernité et aux cigarettes Sato celle de la magie.

Admirées sur les murs de Paris

Pour les cigarettes ou pour les fourrures Canton, Loupot s'inspira d'un modèle qui fut son égérie pour ses lithographies de grand raffinement. Très inspiré, l'artiste a fait de la voiture de luxe Voisin, la voiture unique, capable de se lancer à l'assaut de la terre entière ou, figure de mystère, de vaincre l'inconnu de la forêt dans un écrin de noir et de vert. Ces affiches, qui ont pu être admirées sur les murs de Paris, ont propulsé l'affichiste dans le carnet d'adresses de plus grands constructeurs de voitures que sont Citroën et Peugeot, mais aussi les vins Nicolas ou les Galeries Barbès. Sous la simplicité apparente du trait de l'artiste, se dissimulent de nombreuses références à l'histoire de l'art. Ainsi le grand T rouge et or du thé Twining en 1930, fait-il penser aux grandes initiales enluminées du Moyen Âge.

Le cheminement, qui est proposé dans la salle Loupot du musée, montre l'évolution de l'artiste, qui a commencé par la figuration, pour aboutir, dans les années 50, à une certaine abstraction. Le cirage Lion noir, l'eau Vichy Célestins ou la stylisation parfaite du A et du L de la marque Air Liquide et dont le logo a perduré jusqu'à ces dernières années, illustre l'évolution du graphisme de plus en plus épuré choisi par l'artiste. Soit cinquante ans de publicité.

Et si Clamecy a pu bénéficier du travail de l'artiste pourtant né à Nice et devenu Parisien, c'est parce qu'il a eu un coup de coeur pour la région, en 1934. Sa compagne, originaire de Clamecy, a offert cette collection au musée, en 1976. Puis c'est la belle-fille de l'artiste qui a, plus récemment, remis un ensemble exceptionnel de ses oeuvres. C'est ainsi que le musée s'est ouvert, généreusement, aux arts graphiques.

Car l'artiste aimait la Nièvre. Profitant d'une incursion stylistique dans l'art sacré, on lui doit les fresques et le dessin des vitraux de la chapelle de la Tête Ronde, à Menou.

Musée d'art et d'Histoire Romain-Rolland. Ouvert de 10 h à 12 h et de 14 h à 18 h, fermé dimanche matin et mardi. Exposition temporaire « Exposition Intaranum [Entrains-sur-Nohain] Échos d'une ville romaine » jusqu'au 14 novembre.

Christine Balle christine.balle@centrefrance.com

Tous droits réservés à l'éditeur

■ SUD RADIO (05/07/20 à 12:31 | 00:28:06) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

Visualiser l'article

Les commerçants chavillois à vos côtés cet été

Cet été, un grand nombre de commerçants chavillois resteront ouverts ou fermeront leurs portes uniquement quelques semaines au mois d'août. Après la période de confinement qui a imposé une fermeture lourde de conséquences économiques, continuons à soutenir le commerce local.



Les commerçants du marché feront leur pause estivale du vendredi 31 juillet au lundi 17 août inclus.

Malgré tout le soin apporté à la réalisation de cette liste et sa mise à jour, les informations sont susceptibles d'évoluer au cours de l'été.
N'hésitez pas à signaler tout oubli ou erreur

Les dates de fermeture de vos commerçants cet été

Catégorie	Commerce	adresse	téléphone	dates de fermeture
Alimentation bio	Biocoop	559, avenue Roger Salengro	01 41 15 22 00	Ouvert tout l'été
	Naturalia	1447, avenue Roger Salengro	01 47 50 40 05	Ouvert tout l'été

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Les dates de fermeture de vos commerçants cet été

	Nature et Compagnie	1378, avenue Roger Salengro	01 47 50 89 07	Du 10 au 23 août inclus
Alimentation générale	Diagonal	93, avenue Roger Salengro	06 10 77 54 67	Ouvert tout l'été
	Exo Market 92	743, avenue Roger Salengro	09 83 05 44 75	Ouvert tout l'été
	Les Petits Maraîchers	1945, avenue Roger Salengro	09 81 46 85 63	Du 27 juillet au 25 août inclus
Ameublement, déco	Les Idées Claires	4, rue Anatole France	01 46 03 64 13	Du 1 er au 23 août
Animalerie, toilettage canin	Animalis	403-429, avenue Roger Salengro	01 47 50 72 94	Ouvert tout l'été
Automobile, deux-roues	Chaville Auto	47, rue Anatole France	01 47 50 34 78	Du 3 au 24 août
	Station service Total	484, avenue Roger Salengro	01 41 15 94 00	Ouvert tout l'été
Beauté, bien-être	Body Minute	23, rue des Fontaines Marivel	01 47 09 99 52	Ouvert tout l'été
	L'Îlot Rose	705, avenue Roger Salengro	01 47 50 28 85	Ouvert tout l'été
	Nocibé	1545, avenue Roger Salengro	01 47 50 34 65	Ouvert tout l'été
Bijouterie	Chaville Bijoux	35, rue de Jouy	01 47 50 97 60	Du 3 au 24 août inclus
Caviste	Nicolas	1, place du Marché	01 47 09 32 95	Ouvert tout l'été
Chocolatier	Leonidas	1500, avenue Roger Salengro	01 47 50 00 47	Du 1 er août au 6 septembre inclus
Cigarette électronique	Sonrisa	705, avenue Roger Salengro	09 83 64 54 08	Ouvert tout l'été
Coiffure	Franck Provost	37-41, rue de Jouy	01 47 50 65 93	Du 10 au 16 août
	Jean-Louis David	1974, avenue Roger Salengro	01 47 50 00 01	Ouvert tout l'été
	Saint Algue	1 bis, rue Anatole France	01 47 09 52 98	Ouvert tout l'été
	Salon Fred C	24, rue du Pavé des Gardes	01 47 50 40 85	Du 10 au 30 août inclus
Fleuriste, jardins	Mai en Septembre	2, rue Anatole France	01 47 50 88 73	Du 9 au 16 août inclus
Librairie, papeterie, presse	La Pointe Presse	1945, avenue Roger Salengro	01 47 50 91 73	Ouvert tout l'été

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Les dates de fermeture de vos commerçants cet été

Opticien, audioprothésiste	Chaville Optique	33, rue de Jouy	01 47 50 60 35	Du 3 au 24 août inclus
	Grand Audition	2, avenue Gaston Boissier	01 47 09 80 09	Du 10 au 16 août inclus
Photo	Photo Guerin	33, rue de Jouy	01 47 09 65 11	Du 1 er au 16 août inclus
Pressing, laverie, retouches	Pressing Arm Net	1956, avenue Roger Salengro	01 47 50 82 50	Ouvert tout l'été
Quincaillerie	Aux Mille Services	2237, avenue Roger Salengro	01 47 5048 93	Du 3 au 24 août

Tous droits réservés à l'éditeur

LA REVUE DU VIN DE FRANCE
Pays : FR
Périodicité : Mensuel





Date : Juin - aout 2020
Page de l'article : p.38-39
Journaliste : Jérôme Baudouin, Denis Saverot et Idelette Fritsch

Enquêtes et révélations

La grande mutation des caves coopératives


La Cave de Tutiac, dans le Bordelais, veut décomplexer l'approche des bordeaux.



Lancement de cuvées bio et sans soufre, stratégies commerciales innovantes, mise en cause des codes classiques pour séduire les jeunes, culture territoriale affirmée… les caves coopératives se sont profondément transformées en vingt ans. Certaines d'entre elles comptent aujourd'hui parmi les acteurs les plus influents de la viticulture française.

Une enquête de Jérôme Baudouin, Denis Saverot et Idelette Fritsch

L'histoire illustre le fabuleux potentiel du modèle coopératif. Tout se passe au cœur du Sud-Ouest, en appellation Saint-Mont. Là, au fin fond du Gers, sur un terroir viticole marqué par l'effondrement de l'armagnac et jugé moribond en 1975, près de 750 producteurs se sont réunis et ont réinventé le célèbre *« Un pour tous, tous pour un ! »* des mousquetaires, avec un succès économique indéniable. Par leur seule volonté, par leur travail, avec une bonne dose d'enthousiasme et de discipline, ils ont créé une marque puissante, Plaimont, qui produit aujourd'hui 400 cuvées sur 5 300 hectares de vignes et quatre appellations.

DES VIGNERONS IMPLIQUÉS ET RESPONSABILISÉS

Leur modèle fait rêver les 600 caves coopératives françaises. Car ici, à Plaimont, le vigneron ne se contente pas de livrer du raisin et d'encaisser un chèque : il est invité à vendre lui-même son vin sur le terrain, reçoit les compliments mais aussi les critiques des clients. Il goûte et compare son vin avec celui des concurrents. Il est impliqué et responsabilisé.

Comment ? *« Tout vigneron qui rejoint Plaimont s'engage à donner un certain nombre de journées de travail au collectif. S'il refuse de participer, il ne peut pas entrer »*, explique Olivier Bourdet-Pees, le directeur et successeur du légendaire André Dubosc, fondateur de Plaimont en 1978.

Prenons l'exemple d'un vigneron qui apporte 10 hectares de vignes à la coopérative. Eh bien, il doit donner huit journées par an à la cave pour participer à des animations commerciales pour Plaimont. Concrètement, tout au long de l'année, les vignerons de Plaimont organisent 3 800 journées d'animation en France, et parfois à l'étranger, débarquant avec accent et bérets chez les cavistes, dans les hypers lors des foires aux vins, les festivals. Chaque mois de décembre, 70 vignerons de Plaimont s'envolent de Pau pour Paris et s'égayent dans toutes les caves Nicolas d'Île-de-France pour faire goûter leurs vins. Tous les ans, en août, 40 vignerons sont mobilisés pour accueillir les 200 000 visiteurs du festival Jazz in Marciac. Enfin, toute l'année, 30 vignerons de Saint-Mont, Pacherenc du Vic-Bilh, Madiran ou des Côtes de Gascogne prennent des cours d'anglais pour jouer les VRP au Royaume-Uni ou aux États-Unis.

Le résultat ? Un projet collectivement partagé, une fierté commune de mettre ce qu'il y a de beau dans le Sud-Ouest au service de l'économie locale. *« Nos vignerons se regroupent non pas pour produire moins cher mais meilleur, pour innover, relancer des cépages anciens, faire vivre notre terre. C'est simple : Plaimont n'est pas une entreprise, c'est un territoire »*, commente fièrement Olivier Bourdet-Pees.

UN PILOTAGE DÉLICAT

L'histoire de Plaimont illustre à merveille ce qui fait la force de l'esprit coopératif. De par leur taille, les vastes territoires qu'elles fédèrent, le poids de collectifs pas toujours simples à gérer, les caves coopératives sont plus délicates à piloter qu'une exploitation familiale, souvent plus lentes à se mettre en ordre de marche aussi. *« Mais si vous avez une envie partagée autour d'un projet qui fonctionne, 400 ou 600 producteurs réunis deviennent vite une force extraordinaire capable d'avancer dans la durée »*, raconte Anne Haller, directrice générale des Vignerons Coopérateurs de France, le syndicat des caves coop'.

L'exemple de la conversion au bio est éclairant. Tout le monde le reconnaît : à l'exception de pionnières

Olivier Bourdet-Pees entouré des vignerons de Plaimont.



Photos : D. R.

Tous droits réservés à l'éditeur

LA REVUE DU vin DE FRANCE
Pays : FR
Périodicité : Mensuel

Date : Juin - aout 2020
Page de l'article : p.38-39
Journaliste : Jérôme Baudouin, Denis Saverot et Idelette Fritsch





Le château de Saint-Mont est depuis 2016 l'emblème de la Cave de Plaimont, qui tient à incarner la beauté du Gers.



La cave Vignerons de Buzet, dans le Lot-et Garonne, a lancé toute une gamme de vins sans sulfite, dont un rosé.



En Vallée du Rhône, la Cave de Tain jouit d'un patrimoine viticole exceptionnel et élève de remarquables hermitages.

Tous droits réservés à l'éditeur

■ RFM (01/07/20 à 07:17 | 00:00:27) : « Le Meilleur des réveils » *Elodie Gossuin, Albert Spano*

Journal - Bruno Le Maire veut sauver les petits commerces de centre-ville qui ont été frappés durement par la crise sanitaire. En humour, "Christophe Castaner a déjà annoncé qu'il rachetait tous les magasins Nicolas."

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

AOUT 2020



Omnicom
Public
Relations
Group


VAL DE LOIRE
VINS DU MONDE
ESPACE CADEAUX
NICOLAS
4 bouteilles = 22€

PRODUITS



Castel-Covino et les Caves Nicolas de La Réunion se mettent au vert

Boire sain et mieux, telle est la tendance aujourd'hui des consommateurs de vins. Les vins certifiés Terra Vitis répondent à ces critères actuels qui plus est à tarif doux !

Par Thierry Kasprowicz

Ce sont quelque 40 cuvées différentes certifiées Terra Vitis que Castel-Covino propose à La Réunion à travers ses différents canaux de distribution avec une gamme exclusive pour les Caves Nicolas. Terra Vitis a vu ses premiers adhérents en 1998 dans le Beaujolais, berceau des vins bio et nature, et compte aujourd'hui plus de 500 adhérents dans tous les vignoble de l'Hexagone. Terra Vitis possède une démarche vertueuse sous bien des aspects : le respect de l'environnement est primordial, mais aussi la santé du vigneron, de ses employés, du voisinage et *in fine* du consommateur. Les valeureux piliers de Terrra Vitis sont : le respect des engagements pour le consommateur et les générations futures ; la protection de la vie de la terre ; la conduite de la vigne de manière raisonnée ; la remise en question ; le goût des autres ; la transparence à tous les étages et l'emprunt et le respect de la terre aux générations futures.

À La Réunion, il est donc possible de trouver des vins certifiés Terra Vitis du Beaujolais de la Maison Louis Girard, des bordeaux de la Rive Droite et Rive Gauche comme des saint-émilion ou des côtes-de-bourg et aussi, exclusivité, la première cuvée Terra Vitis mise en bouteilles par Covino sur l'île et en Outre-Mer : le côtes-du-rhône Marc Bonadieu 2019 !

Voici quatre cuvées certifiées Terra Vitis disponibles à La Réunion.



Gatefer 2017, Domaine de La Clapière

IGP Pays d'Oc
Cépages : merlot, cabernet-sauvignon, syrah.
13,90 €

Pourpre soutenu et intense à l'œil. Nez complexe sur des notes épicées, réglissées, fumées et de petits fruits noirs qui rassemblent les cépages merlot, syrah et cabernet-sauvignon. Bouche élégante, tanins serrés, le vin possède de la matière sur des notes boisées et de fruits noirs confiturées. Un vin de caractère qui s'accordera à merveille avec une belle pièce de viande rouge grillée.



Côtes-du-rhône Marc Bonadieu 2019

Mise en bouteilles à La Réunion. Disponible en grandes surfaces. Beau grenat brillant et soutenu. Nez gourmand sur les fruits noirs confiturés. Belle attaque en bouche, souple, équilibré sur la mûre et la myrtille avec des notes épicées. Un vin sans chichi qui fera l'unanimité sur la cuisine traditionnelle réunionnaise à base de viandes ou de civet, mais également avec des barbecues.

TERRA VITIS®
plaisir du vin terre vivante



Cuvée Marafiance 2018, Château Cavalier

AOP Côtes de Provence
Cépages : grenache, syrah, rolle, cinsault, cabernet-sauvignon, sémillon
13,90 euros

Rosé soutenu, aux teintes saumonées. Nez frais et gourmand, minéral, fruits rouges acidulés. Belle friandise en bouche sur des notes de bonbon anglais, de la fraîcheur avec des notes d'agrumes rouges type pomelo, orange sanguine et de poivre blanc. Un beau rosé de table, idéal sur des tartares de poissons de nos côtes.



Viognier Grande Réserve 2018, Maison Castel

IGP Pays d'Oc
Cépage : viognier
6,95 euros

Jaune limpide, au nez fruits blancs, pêche abricot, herbes séchées bouche fraîche, aromatique, florale, poivrée, avec des arômes de poire, de pêche blanche avec un léger gras. Un blanc bon marché qui conviendra très bien avec un poisson en sauce comme un espadon crémé combava ou une légine sauce citronnée et baies roses.

Tous droits réservés à l'éditeur



L'importance livresque du flacon !

Depuis quelques millésimes, les bouteilles de vin, toutes couleurs et tous pays confondus, jouent l'orignalité et la singularité dans leur habillage à l'instar des défilés de mode. Bien souvent pour séduire les pupilles avant les papilles ! Et ça marche ! Les étiquettes sortent des sentiers battus par leurs formes et leurs couleurs ; on trouve aussi des bouteilles embossées à l'effigie du domaine ainsi que des noms de cuvées qui jouent l'humour... Un ton décalé pour attirer l'esprit et donner envie de découvrir le contenu tout en se démarquant de la concurrence... Même si tout le monde sait que l'habit ne fait pas toujours le moine. Les Caves Nicolas ont su se mettre au diapason en proposant également des cuvées modernes répondant à ces nouvelles tendances qui allient la créativité des maquettistes à la fraîcheur des vins. Voici trois cuvées qui vous feront lire et boire le vin d'une autre manière... En vous racontant une histoire...

Par Thierry Kasprowicz



Grand Cavalier 2018, Château Cavalier

- AOP Côtes de Provence
- Cépages : syrah, rolle, grenache, cabernet-sauvignon
- 19,50 euros (Caves Nicolas)

Grand Cavalier en impose par son élégance, sa sobriété avec sa bouteille triangulaire en verre blanc avec simplement le logo sérigraphié de ce château de Provence. Bénéficiant du label éco-responsable Terra Vitis, ce côtes de provence est le grand rosé du domaine.
Rosé clair, teinte saumonée, œil-de-perdrix. Nez agrumes, iodé, coquilles d'huître. Bouche enveloppante, équilibrée, délicate, ronde et acidulée, sur la groseille, petites notes réglissées en finale.
Un rosé qui conviendra avec des plats ensoleillés et marins comme les tians de légumes, de l'espadon juste saisi et les tartares de poisson...

Le Loup dans la Bergerie 2018, Domaine de l'Hortus

- IGP Pays de l'Hérault (Languedoc)
- Cépages : grenache 60 % , syrah 40 %
- 13,90 euros (Caves Nicolas)

L'étiquette est rigolote, très évocatrice pour le nom de cette cuvée accessible ! Elle est l'oeuvre de la famille Orliac du Domaine de l'Hortus, bien installée dans le vignoble du Languedoc. Cette cuvée traduit toute la joie et la folie partagées de cette famille dans ce domaine.
Joli grenat brillant. Nez fruité et épicé, gourmand, sur les fruits noirs, cassis, mûre, myrtille...Bouche souple et gouleyante, structurée, une matière légèrement tannique, sur la réglisse, un côté floral violette.
À boire légèrement rafraîchi, ce vin fera un tabac sur des barbecues de viandes, mais aussi sur des carris et des rougails de viande pas trop pimentés.

Miss Lucy 2019 Springfield Estate, Robertson

- Afrique du Sud
- Cépages : sémillon 28 %, sauvignon blanc 32 %, pinot gris 40 %
- 19,50 euros (Caves Nicolas)

Miss Lucy, surnom du poisson Red Stumpnose surpêché en Afrique du Sud, est plus qu'un vin. À travers cette bouteille, enveloppée à l'achat dans un joli papier de soie aux couleurs saumonée du poisson, le domaine envoie un message pour sauvegarder cette espèce en voie d'extinction.
Couleur jaune clair, reflets verts. Nez très aromatique sur la fraîcheur, la minéralité, la pierre à fusil, le fumé, apportés par le sauvignon.Vin droit et vif en bouche, avec du pep's et une pointe perlante, touches mentholées, minérales et fumées apportées par un léger élevage ; le pinot gris apporte, lui, une légère rondeur aromatique.
Idéal avec huîtres et fruits de mer, et très surprenant sur un plateau de fromages avec notamment des chèvres...





Tous droits réservés à l'éditeur



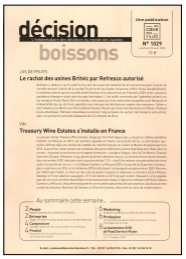
PRODUITS

LES PETITES RECOLTES

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

DÉCISION boissons
L'hebdomadaire des décideurs du monde des liquides
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : 28 aout 2020
Page de l'article : p.5

Une nouvelle gamme HVE pour les « Petites récoltes » de Nicolas

Pour les 25 ans de sa marque, Nicolas a lancé cet été une nouvelle gamme des « Petites Récoltes », vendue en exclusivité dans son réseau de magasins et sur nicolas.com. Les 8 références possèdent la certification HVE1 et sont écoconçues. Disposant toutes de l'IGP, elles sont issues de différentes régions : Pays d'Oc, Coteaux de Peyriac, Comté Tolosan et Côtes de Gascogne. Prix : 4,50 € TTC sur toute la collection (75 cl).

Tous droits réservés à l'éditeur

blakemag.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Vins et spiritueux pour finir l'Été



L'été fini sa course mais nous avons sélectionné pour vous quelques belles bouteilles de vins rouges et blanc, mais aussi de belles bulles, ainsi que quelques spiritueux et les idées cocktails qui vont avec. Belle fin d'été à vous.

Les vins blancs :



-Le mal'assis de Laurent Freuchet, nez acacia, tilleul et fruité : pamplemousse et fruit de la passion. La bouche est citronné mais aussi pêche. **Prix : 6€**

-Les Souterrains, vins du domaine touraine, nez pêche de vignes, citron et abricot, puis en bouche pamplemousse, belle fraîcheur.

Prix : 19€

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



-Croze Hermitage, Perles Ivoire, de Jean Esprit, nez poire, abricot et la bouche est ample, mangue mûre, légèrement boisé. **Prix : 26,27€**



-Les petites récoltes de chez NICOLAS, Coteaux de Peyrac, Chardonnay et Marsanne, nez abricot, jasmin, en bouche c'est ananas et abricot, très frais. **Prix : 4,50€ – www.nicolas.com**



-Locus, Melon B, Val de Loire, note citronné avec une bouche bien minérale. **Prix : 7€**



-Ronceray 2018, Domaine Belargus, un superbe chenin, nez poire / pêche / abricot, légèrement mentholé, et une bouche charnue où l'on retrouve ces fruits et une touche d'amende en finale ainsi qu'un côté salin. Un vin de gastronomie. **Prix : 29€**

Les vins rouges :

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



-Gato Negro, cabernet sauvignon, San Pedro, Chile, pour un barbecue ou pour une sangria ce vin sera parfait, leger, fruité et plein de soleil. **Prix : 4,50€**



-Domaine Heresztyn-Mazzini, Les Songes vieilles vignes, 2014, une très belle expression du Pinot avec un nez très fruit noir et en bouche c'est élégant sur des framboises très mûres et poivré, avec des notes de sous bois. **Prix : 63,55€**



-Bel Echo by clos Henri, 2017, Marlborough New Zealand, sur les fruits rouges et l'épice mais en restant très léger. **Prix : 19,50€**



-L'impatient, Domaine Les Davids, 2018, vin bio, 100%, Nez fruits noires et bouche fruits mûrs et cerise noire, épicée. **Prix : 9,90€**

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



-Chinon, Gabare, 2018, Domaine Grosbois, vin bio, vin fruité, fruits mûrs sur du velours en bouche et uen finale légerement saline due aux terroirs. **Prix : 18€**



-Les petites récoltes de chez NICOLAS, Comté Tolosan, Cabernet sauvignon et Merlot, nez violette et cassis, en bouche c'est poivré et assez tannique. **Prix : 4,50€ – www.nicolas.com**

Les bulles :



-Champagne Devaux, Coeur des bars, un blanc de blancs, 100% pinot noir, au nez c'est brioché et frais en même temps, en bouche belle rondeur et opulence sur des notes de poires et de fruits mûres. Un vin de gastronomie. **Prix : 38€**



-Champagne Sadi Malot, cuvée Socrate, extra brut Chardonnay, Nez brioché et bouche de fruit blancs où l'on sent le bois due à son élevage en fut de chêne, notes toastées. **Prix : 32€**

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



-Champagne CH, Marin et fils, La Naturelle, brut nature, aucun sucre ajouté pour cette cuvée. Nez fleur blanche et pêche, bouche fruit de la passion, citronnée, tendue. **Prix : 22€**



-Mateus, sparkling dry white, vin frizzante, comprenez pétillant, nez citronné et bouche fruits tropicaux comme le litchi. Un vin frais, que l'on peut utiliser en cocktail. **Prix : 5,95€**



-Champagne Gosset, Grand Blanc de blancs, nez citronnelle et miel d'acacia en bouche c'est rond, un mélange minéral et iodé à la fois. **Prix : 46,95€**



-Champagne Collet 2012, grand cru Ay, nez floral avec une bouche gourmande et minérale à la fois. **Prix : 59€**

Les spiritueux :

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

-Vodka Belvedere, Ginger zest, une infusion délicate de gingembre et citron parfait pour les amoureux de Moscow mule. **Prix : 38,90€**



Recette cocktail Belvedere Polish Mule :

Préparation :

-Disposer 4 glaçons dans un verre.

-Verser les 4cl de Belvedere Ginger Zest puis compléter avec du Ginger Beer.

-Garnir d'un quartier de citron vert



-Jack Daniel's Tennessee Apple, bouche pomme verte, caramel et vanille, un nouveau visage pour Jack Daniel's. **Prix : 21,90€**



RECETTE DU JACK APPLE & TONIC :

Préparation :

-Dans un verre rempli de quelques glaçons

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

-Verser 4cl de JACK DANIEL'S TENNESSEE APPLE

-Presser 1 quartier de citron jaune

-Allonger avec 8cl de Tonic



-Wisky, Nikka Yoichi apple brandy finish, au nez des notes de pomme sortie du four et de tourbe, puis en bouche des notes de pommes confites et des notes délicatement tourbées, fumées. On retrouve globalement un bel équilibre typique de Nikka Yoichi melant fumé, fruité et salinité et une longueur en bouche soutenue.
Prix : 195€



Sélection préparée par Alexis Dumétier

Illustration Agnes Solange, @agnessolangeart

Tous droits réservés à l'éditeur

Femme Actuelle
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 617742





Date : Du 10 au 16 aout 2020
Page de l'article : p.6-7
Journaliste : Amélie de Menou et Carole Revol

ACTU Maison Cuisine





Le farniente dans tous ses états

Que l'on soit au jardin, en terrasse, sur un balcon ou au bord de la piscine, être bien installé pour paresser est le moindre des luxes. Une chaise pour boire le thé, une chilienne pour bouquiner, un pouf pour papoter. Mais veillez à rester coordonnés! Repos ne rime pas avec faute de goût. (Ambiance La Redoute Intérieurs.)



BULLES D'AGRUMES

Clementina e pesca (clémentine-pêche), *limone e lampone* (citron-framboise)… Ces eaux pétillantes fruitées nous promettent la légèreté et l'élégance de la Riviera italienne. **Momenti, Sanpellegrino, 6 x 33 cl, 3,49€.**

25 ans déjà

Des bouteilles en verre blanc, une étiquette flashy, la valorisation de tout petits territoires, et un prix mini! Quand Les Petites Récoltes (du caviste) Nicolas apparaissent sur le marché il y a vingt-cinq ans, elles annoncent les transformations à venir: le vin est un plaisir simple et partagé. Huit références à 4,50€ cet été.

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération.



QUEL TALENT!

Enfin un beau robot qui sait tout faire! Voilà cinq ans que le Cook Processor râpe, hache, pétrit, émince, tranche, fouette, émulsionne, mélange, blanchit, rissole, mijote, cuit à la vapeur, réduit en purée et fait les pâtes. Maintenant, il possède en plus une balance intégrée, et 100 recettes programmées. Le must! **Cook Processor Artisan, deux coloris au choix, KitchenAid, 1199€.**

UN BUFFET SINON RIEN

En déco, comme en histoire, il faut savoir garder le meilleur du passé pour inventer l'avenir. La preuve? Ce buffet au charme désuet très années 1950. Perché sur de grands pieds obliques, patiné en teinte miel foncé, pratique avec ses casiers ouverts ou fermés, il a tout bon! **Buffet haut en teck, H 134 x L 128 x P 38 cm, «Magda 50's» Tikamoon, 999€.**



Tous droits réservés à l'éditeur

Femme Actuelle
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 617742

Date : Du 10 au 16 aout 2020
Page de l'article : p.6-7
Journaliste : Amélie de Menou et Carole Revol



À CHACUN SA CRÈME GLACÉE

Lait de coco, d'amande, de soja… Après les boissons, les desserts végétaux ont envahi les rayons. Restait à démocratiser les glaces sans matière grasse animale. C'est fait avec cette collection de bâtonnets! **Les végétales, Picard, 3,30€ les 6 bâtonnets.**

22 milliards de litres d'eau

sont gaspillés chaque année à cause du pré-rinçage de la vaisselle à la main. 39% des Français passent la vaisselle sous le robinet avant de charger la machine. Une pratique souvent inutile et qui gâche l'équivalent de 277 millions de douches! *Source IPSOS.*



DÉJ' ÉTHIQUE

DE LA PORCELAINE, DES MOTIFS VINTAGE ET UNE ÉTANCHÉITÉ SANS FAILLE : LA COLLECTION DE CONTENANTS TO GO VOUS PROMET UN PIQUE-NIQUE ZÉRO DÉCHET. VILLEROY & BOCH, 29,90€ LE BOL (350 ML).

Livre

APÉRO PLANCHA

Petites brochettes, mini-wraps, bouchées croustillantes et petits farcis, desserts… Tout passe à la plancha (40 recettes exactement) avec le jeune chef Merouan Bounekraf, médiatisé via *Top Chef*, inventif et boute-en-train, désormais youtubeur et toujours cuisinier. «Apéros dînatoires à la plancha», éd. Larousse, 14,95€.





VOILE DE LUMIÈRE

Aériennes et légères, les suspensions en tissu éclairent nos soirées d'une lumière délicatement tamisée. A adopter!
1. Suspension en bambou et coton blanc, Ø 41 cm, «Z5 Ay Illuminate» chez Lightonline, 367€.
2. Lampe à suspendre en bambou et étoffe, Ø 33 x H 58 cm, Jardiland, 69,95€.
3. Suspension en bambou et lin, H 64 x L 43,4 x Ø 43 cm, «Mien», Pomax chez Drawer, 117€.

Pains du monde

Panini, pita, bruschetta, suédois, wrap… longtemps insolites et exceptionnels, ces pains du monde font désormais partie de notre quotidien. Alors, sans aller jusqu'à les confectionner (ils sont tous proposés en rayons), vous pouvez imaginer des sandwichs sur mesure qui plairont à tous, comme ce wrap garni à la mexicaine, avec poulet, tomate et maïs. A déguster sur le pouce. (Ambiance La Boulangère.)





franceinfo:

"Portraits de chefs"

DE BERNARD THOMASSON

JUSQU'AU 28 AOÛT, DU LUNDI AU VENDREDI, À 11h50, 13h50 ET 18h20

Bernard Thomasson brosse le portrait de chefs qui nous racontent leurs parcours, leur métier durement touché par la crise sanitaire, et nous propose une recette à retrouver chaque jour sur franceinfo.fr.

Par Amélie de Menou et Carole Revol GETTY IMAGES/ISTOCKPHOTO

Tous droits réservés à l'éditeur

Cuisine & des Tendances

Date : 07/08/2020
Heure : 12:11:01
Journaliste : Christophe Hamieau

cuisine-et-des-tendances.com
Pays : France
Dynamisme : 4

Visualiser l'article

Les Petites Récoltes de Nicolas, 25 ans et des couleurs | Cuisine & des Tendances



Pour célébrer les 25 années de sa collection « Les Petites Récoltes » le caviste Nicolas propose une nouvelle série de vins de toutes les couleurs, pour l'apéritif, sur un repas où des grillades. C'est notre Bouteille du WE.

Le caviste Nicola a sorti au début de l'été une nouvelle collection de ses vins « Les Petites Récoltes » célébrant ainsi les 25 ans de cette gamme. Soit 8 références de vins simples mais efficaces pour les apéritifs et repas à l'extérieur.

Cette nouvelle gamme mais en avant le terroir avec des Vins de Pays (Indication Géographique Protégée) à des prix accessibles : 4,50 euros la bouteille aux capsules à vis si pratiques pour des vins à boire rapidement.

Nicolas a également souhaité mettre en avant des producteurs engagés, les 8 références possèdent la certification HVE 1et sont éco-conçues.

« Nous sommes particulièrement fiers de proposer cette nouvelle gamme des Petites Récoltes à l'occasion de leurs 25 ans d'existence. Il s'agit d'une gamme impertinente, attachante et ancrée dans l'esprit des consommateurs depuis des décennies, qui incarne une réelle convivialité et suscite des moments de partage. Surtout, elle valorise la variété de nos terroirs et le soin apporté par nos œnologues et les vignerons avec lesquels nous collaborons pour offrir des expériences inédites et accessibles à nos clients. Nous espérons que cette gamme trouvera de nouveau une place privilégiée auprès d'eux. » explique Christopher Hermelin, en charge du Marketing et de la Communication chez Nicolas.

Les références adaptées pour l'apéritif sont composées d'un vin rosé du Pays d'Oc (Languedoc-Roussillon) à la robe corail et aux saveurs fruitées.

La seconde référence est un vin blanc de Gascogne (Sud-Ouest), avec des notes épicées, mentholées et fruitées.

Tous droits réservés à l'éditeur

La troisième est un vin blanc moelleux de Gascogne (Sud-Ouest), avec de belles notes florales et une certaine fraîcheur. L'occasion de renouer avec le style sans sombrer dans le sucre.

La première référence adaptée aux repas estivaux est un rosé des Coteaux de Peyriac (Languedoc-Roussillon), avec une robe pâle saumonée aux saveurs fruitées et acidulées.

La deuxième référence est un rouge du Comté Tolosan (Sud-Ouest), où les fruits noirs s'expriment dans un un vin assez puissant mais doté d'une certaine fraîcheur.

La troisième est un vin blanc des Coteaux de Peyriac (Languedoc-Roussillon) aux saveurs fruitées avec de la fraîcheur sur des notes d'agrumes et de fruits exotiques .

Les références pensées pour les grillades sont composées d'un rosé du Comté Tolosan (Sud-Ouest), avec de jolies notes florales, quelques épices et de la fraîcheur.

La seconde est un vin rouge des Coteaux de Peyriac avec de belles notes épicées.

Avec ses nouvelles Petites Récoltes Nicolas Nous propose une collection de petits vins forts sympathiques, sans prétention, pour se faire plaisir simplement cet été à petits prix.

Tous droits réservés à l'éditeur



PRODUITS

FAV

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

vinogusto.com
Pays : France
Dynamisme : 4

Visualiser l'article

Foire aux vins d'automne 2020 | Calendrier et bons plans



Voici venu le temps des foires aux vins d'automne 2020. Pour vous aider à repérer les bons plans éventuels, nous avons compilé les dates des foires aux vins des différentes enseignes et les quelques bons plans que nous avons repérés.

CALENDRIER DES FOIRES AUX VINS EN BELGIQUE

Les Vignerons Indépendants – du 26 août au 7 octobre 2020.
Plus de 650 domaines. Livraison gratuite dès 300€ d'achats ou 9,90€ de frais de port, expédition sous 48 heures, livraison au choix à domicile ou en point relais !

Cora et Corawine.be – du 28 septembre eu 26 octobre 2020.
Depuis 1995, cora invite chaque année ses fidèles clients vins à des dégustations sans pareil. **Pour la première fois depuis 25 ans, ce ne sera pas possible** à cause de la crise sanitaire que nous connaissons tous. Mais qu'à cela ne tienne ! **La Foire aux Vins cora aura elle bien lieu, du lundi 28 septembre au 26 octobre 2020**, dans le respect des règles sanitaires qui prévaudront à ce moment-là. **Dès le 24 septembre**, vous pourrez découvrir les **600 vins** de la Foire sur corawine.be, ou dans le Guide des Vins si vous recevez d'habitude les folders cora dans votre boîte aux lettres.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

CALENDRIER DES FOIRES AUX VINS EN FRANCE

Enclave vinothèque – du 15 août au 31 octobre 2020
La Foire aux vins d'Enclave Vinothèque, propose environ 40 références en promotion, avec quelques flacons plaisants dans le Rhône et en Bourgogne. Pas de grosses réductions mais du bon.

Wineandco – du 26 août au 6 octobre 2020
La Foire aux vins de Wineandco propose plus de 350 vins en promotions, avec des ristournes allant au-delà des 30%. Il faudra prendre le temps d'analyser tout cela, mais il y a certainement un ou deux bons plans pour tout le monde parmi cette large sélection.

Géant Casino hypermarchés – du 28 août au 13 septembre 2020

Géant Casino supermarchés – du 1er au 13 septembre 2020

Le Petit Ballon – du 2 au 23 septembre 2020

Cavissima – du 2 au 30 septembre 2020

Comptoir des millésimes – du 2 septembre au 6 octobre 2020

Cdiscount – du 3 au 27 septembre 2020

Vinatis – du 4 septembre au 9 octobre 2020

Chateaunet – du 5 au 26 septembre 2020

Vins & Millésimes – du 7 au 20 septembre 2020

Plus de Bulles – du 7 au 21 septembre 2020

Carrefour hypermarchés – du 8 septembre au 21 septembre 2020

Intermarché – du 8 au 27 septembre 2020

Lavinia – du 8 au 29 septembre 2020

Biocoop – du 8 septembre au 17 octobre 2020

Nicolas – du 9 septembre au 13 octobre 2020

Repaire de Bacchus – du 14 septembre au 11 octobre 2020

Cora – du 15 septembre au 3 octobre 2020

Vin Malin – du 15 septembre au 6 octobre 2020

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Idealwine – du 15 septembre au 6 octobre 2020
Comme chaque année, la Foire aux vins de Idealwine se démarque résolument des autres par son positionnement haut de gamme, son large choix de vins rares, de vieux millésimes, d'étoiles montantes, les nombreux vins bio, biodynamiques et naturels, mais aussi de prix doux. Plus de 200 cuvées ont été sélectionnées pour l'occasion en provenance des meilleurs vignobles français et étrangers, avec des réductions allant de -10% à -30% et des prix s'étalant de 6€ à 259€ la bouteille.

Millésimes – du 15 septembre au 6 octobre 2020

Les Grappes – du 15 septembre au 18 octobre 2020

Monoprix – du 18 septembre au 4 octobre 2020

Franprix – du 23 septembre au 11 octobre 2020

Carrefour Market – du 24 septembre au 11 octobre 2020

Magasins Système U – du 29 septembre au 10 octobre 2020

E.Leclerc – du 29 septembre au 10 octobre 2020

Tous droits réservés à l'éditeur

Cuisine Actuelle Hors Série
Pays : FR
Périodicité : Bimestriel
OJD : 112806




Date : Septembre - octobre 2020
Page de l'article : p.46-47
Journaliste : Marie Grézard

EN CAVE

Les bons crus pour l'hiver

Les foires aux vins sont une belle occasion de mettre de côté **quelques bouteilles que l'on boira avec des plats réconfortants.** Notre sélection de dix cuvées à moins de 10 €.

S'il n'existe pas de vins d'hiver au sens propre, il y a bien des vins que l'on a envie de boire à cette époque ! Généralement, ils sont ensoleillés, car ils proviennent des régions méridionales, et leurs saveurs rappellent les fruits bien mûrs de l'été. Ils n'ont pas besoin d'être très puissants. Au contraire : leur finesse équilibre les plats plus riches qui nous régalent. Pour les blancs, on choisira par exemple des vins dorés et moelleux. Pour les rouges, on a l'embarras du choix, du moment que c'est bon. Cette année, toutes les enseignes font la part belle aux petits vignerons et aux vins bio qui constituent jusqu'à 30 % en moyenne de l'offre de rentrée. Et ça, c'est plutôt une bonne nouvelle !



1 Rafraîchissant

Un sauvignon bio plein de fraîcheur, aux arômes alléchants de citron frais, de pamplemousse et de fleurs blanches. Sa bouche chatouille les papilles et se montre très désaltérante. Une bouteille que l'on sert dès l'apéritif, avec des feuilletés au fromage, ou à table pour escorter une choucroute de la mer.

Côtes-de-duras blanc 2018, Cuvée Première, Les Vignerons de Berticot, 5,85 €, Nicolas.



2 Fruité

Toute la séduction du cabernet franc : framboise, mûre, fraise des bois forment un joli bouquet. En bouche, ses rondeurs généreuses, sa texture soyeuse et son goût prononcé de petits fruits rouges appellent le poulet du dimanche accompagné de frites.

Anjou rouge 2018, Château de la Mulonnière, 6,40 €, cavistes Nicolas.

3 Capiteux

Ce rouge bio affiche un nez très aromatique d'épices douces, de fruits noirs et de prune. La bouche souple et ronde en attaque s'appuie sur des tanins mûrs et fins. Charnu et ensoleillé, il se boira facilement avec un lapin aux pruneaux ou sur un bœuf bourguignon.

Beaumes-de-venise 2019, Romain Duvernay, 7,50 €, *magasins E. Leclerc.*





4 Intense

Une robe rubis grenat dense, un joli nez prometteur de fruits rouges et noirs comme la baie de sureau, un chapelet d'épices, cannelle et cardamome en tête… C'est harmonieux et la bouche n'est pas en reste. Charnue, dense et veloutée, elle enchante les palais d'hiver. À tester avec une paella ou sur un risotto aux cèpes.

Collioures 2018, Cuvée Jules Pams, Les Clos de Paulilles, Cazes, 6,20 €, *dans les magasins E. Leclerc.*

Tous droits réservés à l'éditeur

Cuisine Actuelle HORS SÉRIE
Pays : FR
Périodicité : Bimestriel
OJD : 112806

Date : Septembre - octobre 2020
Page de l'article : p.46-47
Journaliste : Marie Grézard

5 Exotique

Une robe bien dorée et un nez typique du grand cépage alsacien : le litchi et la rose se mêlent au poivre et aux fruits jaunes. En bouche, on a l'impression de croquer dans un grain de raisin frais et l'on retrouve les notes de rose. Un vin soyeux et sensuel à déguster avec un rôti de porc à l'ananas ou une tarte au munster.

Alsace gewurztraminer 2019, Vieilles Vignes, Domaine Camille Meyer, 5,90 €, chez Lidl.



7 Moelleux

Le nez ouvre l'appétit avec ses parfums d'abricot cuit, de pâte d'amande et de raisins secs. La bouche ne déçoit pas : sucrée mais sans excès, ronde et ample, elle est équilibrée, dévoile une fraîcheur acidulée et une bonne longueur. Un délice avec une tourte au roquefort ou une tarte Tatin.

Sainte-croix-du-mont 2015, Château Crabitan Bellevue, 8,50 €, Auchan.



9 Velouté

Avec son accent de Toulouse, cette cuvée met du soleil à table. On aime son bouquet original de violette, de réglisse, de mûre et de poivre. Bien fondue, elle plaît aussi par sa rondeur et son côté charnu. Idéale avec un cassoulet, bien sûr !

Fronton, Château Baudare 2017, Cuvée Prestige, 4,99 €, chez Carrefour Market.



8 Plaisant

Un vin tout en fruit et en finesse. Avec son nez parfumé à la cerise et à la fraise, sa bouche jeune, vive et digeste, il traduit bien l'esprit du pinot noir sur un beau terroir. Fin mais non sans personnalité, on l'appréciera avec un petit salé aux lentilles ou sur un boudin blanc truffé.

Bourgogne 2019, Pinot noir, Frédéric Magnien, 9,95 €, dans les magasins Carrefour Hypermarchés.



10 Floral

Biodynamique et talentueuse, cette cuvée s'exprime avec volubilité : des fruits rouges, des notes de rose rouge et une pincée de poivre. La bouche souple, ronde et équilibrée dévoile des saveurs de fruits jusqu'à une finale de framboise. À déguster sur un magret de canard rôti aux navets.

Côtes-du-rhône-villages 2018, La Part des Astres, Dauvergne-Ranvier, 6,90 €, magasins Casino.



6 Simple

Ce vin gouleyant et charnu séduit par son fruit. Framboise, fraise, mûre et cassis déroulent un fond agréablement épicé de réglisse et jouent les prolongations en bouche : il charme justement par son goût mûr et sa belle rondeur. Ce vin est parfait pour régaler les copains autour d'un pot-au-feu.

Pays d'Oc IGP 2019, Les Pierres Fendues, Bernard Magrez, 3,89 €, chez Lidl.

CALENDRIER DES FOIRES AUX VINS

Géant Casino :	du 1er au 13 septembre
Lidl :	à partir du 2 septembre
Carrefour Hypermarchés :	du 8 au 21 septembre
Nicolas :	du 9 septembre au 13 octobre
Auchan :	du 22 septembre au 6 octobre
Carrefour Market :	du 25 septembre au 11 octobre
E.Leclerc :	du 29 septembre au 10 octobre

Par Marie Grézard

Tous droits réservés à l'éditeur

www.msn.com
Pays : France
Dynamisme : 1505

Visualiser l'article

Foire aux vins : pour ne pas rater les bonnes affaires, voici quand se rendre en magasins

ETX Studio



© Rawf8 / IStock.com Connaître les dates de la Foire aux vins est indispensable pour faire les meilleures affaires

C'est le rendez-vous de l'année pour dénicher de belles bouteilles que l'on ne trouve pas d'habitude en grandes surfaces. Et pour enrichir le plus efficacement sa cave à vin, il faut absolument faire le tour de plusieurs enseignes, ne pas s'empêcher de fouiller les catalogues des e-commerçants et ceux des cavistes. Voici donc toutes les dates des principaux acteurs de la Foire aux vins 2020.

> Grandes surfaces

Monoprix

Rendez-vous du 18 septembre au 4 octobre pour piocher dans la cave du distributeur qui comptera 263 cuvées, dont près de la moitié afficheront des prix inférieurs à 10 euros.

E.Leclerc

Dès le 1er septembre, la plateforme marchande www.macave.leclerc permettra de composer un panier parmi 250 références. La Foire aux vins se déroulera ensuite du 29 septembre au 10 octobre en magasins.

Carrefour

Plus de 1.600 vins seront dévoilés par le groupe Carrefour lors de ce millésime 2020 de la Foire aux vins. Les premières bouteilles seront présentées dans les hypers du 8 au 21 septembre, puis Carrefour Market prendra le relais du 25 septembre au 11 octobre. Les magasins de proximité tels que Carrefour City et Carrefour

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Contact feront la Foire aux vins du 18 au 27 septembre. Les consommateurs pourront effectuer leurs pré-réservations dès le 2 septembre sur le site Jereservemafoireauxvins.carrefour.fr.

Netto

Dans la lignée des ses concurrents qui démarreront la Foire aux vins très tôt, le distributeur a programmé de ranger ses quilles du 1er au 13 septembre, avec la promesse de 163 références.

Lidl

Le distributeur qui mise depuis plusieurs années sur la Foire aux vins pour se détacher de son ancienne image de hard-discounteur lancera la saison 2020 sur Internet, dès le 2 septembre avec un panel de 40 étiquettes accessibles à l'adresse www.lidl-vins.fr.

Auchan

Que ce soit en hypers, en supermarchés ou en drive, le distributeur nordiste appliquera les mêmes dates pour sa Foire aux vins, soit du 22 septembre au 6 octobre. Sur Internet, des avant-premières seront proposées aux amateurs dès le 10 septembre.

Franprix

Du 23 septembre au 11 octobre, Franprix proposera une Foire aux vins de cinquante étiquettes dont la grande majorité affichera moins de 10 euros.

Magasins U

Du 29 septembre au 10 octobre, les clients du distributeur repéreront les pépites dénichées par ses acheteurs grâce à la collerette étiquetée "Club des vins & terroirs". 200 références seront à découvrir dans cette catégorie.

> Internet

Wineandco

Du 26 août jusqu'au 6 octobre, 300 références seront rassemblées sur le site spécialiste, dont la moitié présente des tarifs compris entre 6 et 20 euros.

Veepee

Coup d'envoi le 2 septembre du nouveau catalogue bachique de Veepee qui comptera 150 pépites à ranger dans sa cave à vin... ou pas.

iDealwine

L'expert du vin aux enchères ne rate pas pour autant le rendez-vous de la Foire aux vins. Du 15 septembre au 6 octobre, la plateforme marchande proposera aussi bien de vieux millésimes que des nectars très accessibles. Les amateurs pourront même utiliser un moteur de recherches dédié "J'y connais rien".

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

CDiscount

Du 3 au 27 septembre, plus de 400 références seront proposées par CDiscount dans sa rubrique "vins et spiritueux".

> Caviste

Le Petit Ballon

Le caviste parisien, qui officie aussi sur Internet, dégainera 180 étiquettes du 2 au 23 septembre prochains. Les abonnés auront droit de faire leurs emplettes avec 24h d'avance. 65% des références indiqueront des prix inférieurs à 10 euros.

Duclot

Du 5 au 26 septembre, le célèbre négociant bordelais dévoilera ses choix bachiques pour la saison 2020 tant dans la cave des Galeries Lafayette que sur son site marchand Chateaunet.com ou chez Badie à Bordeaux.

Lavinia

Plus de 150 références seront proposées du 8 au 29 septembre, dont 55% seront des étiquettes bios, biodynamiques ou natures. Le caviste promet même de dégainer 25% de cuvées exclusives.

Nicolas

Du 9 septembre au 13 octobre, 61 références choisies parmi un éventail de 800 échantillons dégustés permettront aux oenophiles d'enrichir leur cave à vin chez Nicolas.

La Grande épicerie de Paris

Le célèbre grand magasin parisien renouvellera ce qu'il a coutume d'appeler sa "rentrée des vins" du 9 septembre au 15 octobre. Plus de 210 étiquettes seront proposées en avant-première aux plus impatients sur le site en ligne lagrandeepicerie.com.

> Magasins bio

Naturalia

"Les vins jours bio" - titre que l'enseigne a donné à la Foire aux vins, aura lieu du 24 septembre au 14 octobre.

NaturéO

L'enseigne bio proposera une sélection de 76 références, dont 48 rouges, 12 rosés, 13 blancs et 3 effervescents du 7 au 27 septembre.

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 26/08/2020
Heure : 12:56:18

www.centrepresseaveyron.fr
Pays : France
Dynamisme : 44

Visualiser l'article

Foire aux vins : pour ne pas rater les bonnes affaires, voici quand se rendre en magasins

(ETX Studio) - C'est le rendez-vous de l'année pour dénicher de belles bouteilles que l'on ne trouve pas d'habitude en grandes surfaces.

Et pour enrichir le plus efficacement sa cave à vin, il faut absolument faire le tour de plusieurs enseignes, ne pas s'empêcher de fouiller les catalogues des e-commerçants et ceux des cavistes. Voici donc toutes les dates des principaux acteurs de la Foire aux vins 2020.

> Grandes surfaces

Monoprix

Rendez-vous du 18 septembre au 4 octobre pour piocher dans la cave du distributeur qui comptera 263 cuvées, dont près de la moitié afficheront des prix inférieurs à 10 euros.

E.Leclerc

Dès le 1er septembre, la plateforme marchande www.macave.leclerc permettra de composer un panier parmi 250 références. La Foire aux vins se déroulera ensuite du 29 septembre au 10 octobre en magasins.

Carrefour

Plus de 1.600 vins seront dévoilés par le groupe Carrefour lors de ce millésime 2020 de la Foire aux vins. Les premières bouteilles seront présentées dans les hypers du 8 au 21 septembre, puis Carrefour Market prendra le relais du 25 septembre au 11 octobre. Les magasins de proximité tels que Carrefour City et Carrefour Contact feront la Foire aux vins du 18 au 27 septembre. Les consommateurs pourront effectuer leurs pré-réservations dès le 2 septembre sur le site Jereservemafoireauxvins.carrefour.fr.

Netto

Dans la lignée des ses concurrents qui démarreront la Foire aux vins très tôt, le distributeur a programmé de ranger ses quilles du 1er au 13 septembre, avec la promesse de 163 références.

Lidl

Le distributeur qui mise depuis plusieurs années sur la Foire aux vins pour se détacher de son ancienne image de hard-discounteur lancera la saison 2020 sur Internet, dès le 2 septembre avec un panel de 40 étiquettes accessibles à l'adresse www.lidl-vins.fr.

Auchan

Que ce soit en hypers, en supermarchés ou en drive, le distributeur nordiste appliquera les mêmes dates pour sa **Foire aux vins**, soit du 22 septembre au 6 octobre. Sur Internet, des avant-premières seront proposées aux amateurs dès le 10 septembre.

0QhvOcm6nqybjgS-98rZJT4CwypS3goqdo7BjVhh6dwGV6oW_bkrfNOOHZR8muJYpseLvX1C6oOVcA_L81EhriwNDgy

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Franprix

Du 23 septembre au 11 octobre, Franprix proposera une Foire aux vins de cinquante étiquettes dont la grande majorité affichera moins de 10 euros.

Magasins U

Du 29 septembre au 10 octobre, les clients du distributeur repéreront les pépites dénichées par ses acheteurs grâce à la collerette étiquetée "Club des vins & terroirs". 200 références seront à découvrir dans cette catégorie.

> Internet

Wineandco

Du 26 août jusqu'au 6 octobre, 300 références seront rassemblées sur le site spécialiste, dont la moitié présente des tarifs compris entre 6 et 20 euros.

Veepee

Coup d'envoi le 2 septembre du nouveau catalogue bachique de Veepee qui comptera 150 pépites à ranger dans sa cave à vin... ou pas.

iDealwine

L'expert du vin aux enchères ne rate pas pour autant le rendez-vous de la Foire aux vins. Du 15 septembre au 6 octobre, la plateforme marchande proposera aussi bien de vieux millésimes que des nectars très accessibles. Les amateurs pourront même utiliser un moteur de recherches dédié "J'y connais rien".

CDiscount

Du 3 au 27 septembre, plus de 400 références seront proposées par CDiscount dans sa rubrique "vins et spiritueux".

> Caviste

Le Petit Ballon

Le caviste parisien, qui officie aussi sur Internet, dégainera 180 étiquettes du 2 au 23 septembre prochains. Les abonnés auront droit de faire leurs emplettes avec 24h d'avance. 65% des références indiqueront des prix inférieurs à 10 euros.

Duclot

Du 5 au 26 septembre, le célèbre négociant bordelais dévoilera ses choix bachiques pour la saison 2020 tant dans la cave des Galeries Lafayette que sur son site marchand Chateaunet.com ou chez Badie à Bordeaux.

Lavinia

0QhvOcm6nqybjgS-98rZJT4CwypS3goqdo7BjVhh6dwGV6oW_bkrfNOOHZR8muJYpseLvX1C6oOVcA_L81EhriwNDgy

Tous droits réservés à l'éditeur

Plus de 150 références seront proposées du 8 au 29 septembre, dont 55% seront des étiquettes bios, biodynamiques ou natures. Le caviste promet même de dégainer 25% de cuvées exclusives.

Nicolas

Du 9 septembre au 13 octobre, 61 références choisies parmi un éventail de 800 échantillons dégustés permettront aux oenophiles d'enrichir leur cave à vin chez Nicolas.

La Grande épicerie de Paris

Le célèbre grand magasin parisien renouvellera ce qu'il a coutume d'appeler sa "rentrée des vins" du 9 septembre au 15 octobre. Plus de 210 étiquettes seront proposées en avant-première aux plus impatients sur le site en ligne lagrandeepicerie.com.

> Magasins bio

Naturalia

"Les vins jours bio" - titre que l'enseigne a donné à la Foire aux vins, aura lieu du 24 septembre au 14 octobre.

NaturéO

L'enseigne bio proposera une sélection de 76 références, dont 48 rouges, 12 rosés, 13 blancs et 3 effervescents du 7 au 27 septembre.



Connaître les dates de la Foire aux vins est indispensable pour faire les meilleures affaires Rawf8 / IStock.com / Rawf8 / IStock.com.

0QhvOcm6nqybjgS-98rZJT4CwypS3goqdo7BjVhh6dwGV6oW_bkrfNOOHZR8muJYpseLvX1C6oOVcA_L81EhriwNDgy

Tous droits réservés à l'éditeur

LADEPECHE.fr

www.ladepeche.fr
Pays : France
Dynamisme : 311

Visualiser l'article

Foire aux vins : pour ne pas rater les bonnes affaires, voici quand se rendre en magasins



Connaître les dates de la Foire aux vins est indispensable pour faire les meilleures affaires Rawf8 / IStock.com

(ETX Studio) - C'est le rendez-vous de l'année pour dénicher de belles bouteilles que l'on ne trouve pas d'habitude en grandes surfaces. Et pour enrichir le plus efficacement sa cave à vin, il faut absolument faire le tour de plusieurs enseignes, ne pas s'empêcher de fouiller les catalogues des e-commerçants et ceux des cavistes. Voici donc toutes les dates des principaux acteurs de la Foire aux vins 2020.

> Grandes surfaces

Monoprix

Rendez-vous du 18 septembre au 4 octobre pour piocher dans la cave du distributeur qui comptera 263 cuvées, dont près de la moitié afficheront des prix inférieurs à 10 euros.

E.Leclerc

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Dès le 1er septembre, la plateforme marchande www.macave.leclerc permettra de composer un panier parmi 250 références. La Foire aux vins se déroulera ensuite du 29 septembre au 10 octobre en magasins.

Carrefour

Plus de 1.600 vins seront dévoilés par le groupe Carrefour lors de ce millésime 2020 de la Foire aux vins. Les premières bouteilles seront présentées dans les hypers du 8 au 21 septembre, puis Carrefour Market prendra le relais du 25 septembre au 11 octobre. Les magasins de proximité tels que Carrefour City et Carrefour Contact feront la Foire aux vins du 18 au 27 septembre. Les consommateurs pourront effectuer leurs pré-réservations dès le 2 septembre sur le site Jereservemafoireauxvins.carrefour.fr .

Netto

Dans la lignée des ses concurrents qui démarreront la Foire aux vins très tôt, le distributeur a programmé de ranger ses quilles du 1er au 13 septembre, avec la promesse de 163 références.

Lidl

Le distributeur qui mise depuis plusieurs années sur la Foire aux vins pour se détacher de son ancienne image de hard-discounteur lancera la saison 2020 sur Internet, dès le 2 septembre avec un panel de 40 étiquettes accessibles à l'adresse www.lidl-vins.fr .

Auchan

Que ce soit en hypers, en supermarchés ou en drive, le distributeur nordiste appliquera les mêmes dates pour sa Foire aux vins, soit du 22 septembre au 6 octobre. Sur Internet, des avant-premières seront proposées aux amateurs dès le 10 septembre.

Franprix

Du 23 septembre au 11 octobre, Franprix proposera une Foire aux vins de cinquante étiquettes dont la grande majorité affichera moins de 10 euros.

Magasins U

Du 29 septembre au 10 octobre, les clients du distributeur repéreront les pépites dénichées par ses acheteurs grâce à la collerette étiquetée "Club des vins & terroirs". 200 références seront à découvrir dans cette catégorie.

> Internet

Wineandco

Du 26 août jusqu'au 6 octobre, 300 références seront rassemblées sur le site spécialiste, dont la moitié présente des tarifs compris entre 6 et 20 euros.

Veepee

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Coup d'envoi le 2 septembre du nouveau catalogue bachique de Veepee qui comptera 150 pépites à ranger dans sa cave à vin... ou pas.

iDealwine

L'expert du vin aux enchères ne rate pas pour autant le rendez-vous de la Foire aux vins. Du 15 septembre au 6 octobre, la plateforme marchande proposera aussi bien de vieux millésimes que des nectars très accessibles. Les amateurs pourront même utiliser un moteur de recherches dédié "J'y connais rien".

CDiscount

Du 3 au 27 septembre, plus de 400 références seront proposées par CDiscount dans sa rubrique "vins et spiritueux".

> Caviste

Le Petit Ballon

Le caviste parisien, qui officie aussi sur Internet, dégainera 180 étiquettes du 2 au 23 septembre prochains. Les abonnés auront droit de faire leurs emplettes avec 24h d'avance. 65% des références indiqueront des prix inférieurs à 10 euros.

Duclot

Du 5 au 26 septembre, le célèbre négociant bordelais dévoilera ses choix bachiques pour la saison 2020 tant dans la cave des Galeries Lafayette que sur son site marchand Chateaunet.com ou chez Badie à Bordeaux.

Lavinia

Plus de 150 références seront proposées du 8 au 29 septembre, dont 55% seront des étiquettes bios, biodynamiques ou natures. Le caviste promet même de dégainer 25% de cuvées exclusives.

Nicolas

Du 9 septembre au 13 octobre, 61 références choisies parmi un éventail de 800 échantillons dégustés permettront aux oenophiles d'enrichir leur cave à vin chez Nicolas.

La Grande épicerie de Paris

Le célèbre grand magasin parisien renouvellera ce qu'il a coutume d'appeler sa "rentrée des vins" du 9 septembre au 15 octobre. Plus de 210 étiquettes seront proposées en avant-première aux plus impatients sur le site en ligne lagrandeepicerie.com .

> Magasins bio

Naturalia

"Les vins jours bio" - titre que l'enseigne a donné à la Foire aux vins, aura lieu du 24 septembre au 14 octobre.

Tous droits réservés à l'éditeur

www.ladepeche.fr
Pays : France
Dynamisme : 311

Visualiser l'article

NaturéO

L'enseigne bio proposera une sélection de 76 références, dont 48 rouges, 12 rosés, 13 blancs et 3 effervescents du 7 au 27 septembre.

Tous droits réservés à l'éditeur

L'INDÉPENDANT

www.lindependant.fr
Pays : France
Dynamisme : 90

Visualiser l'article

Foire aux vins : pour ne pas rater les bonnes affaires, voici quand se rendre en magasins



Connaître les dates de la Foire aux vins est indispensable pour faire les meilleures affaires Rawf8 / IStock.com

(ETX Studio) - C'est le rendez-vous de l'année pour dénicher de belles bouteilles que l'on ne trouve pas d'habitude en grandes surfaces. Et pour enrichir le plus efficacement sa cave à vin, il faut absolument faire le tour de plusieurs enseignes, ne pas s'empêcher de fouiller les catalogues des e-commerçants et ceux des cavistes. Voici donc toutes les dates des principaux acteurs de la Foire aux vins 2020.

> Grandes surfaces

Monoprix

Rendez-vous du 18 septembre au 4 octobre pour piocher dans la cave du distributeur qui comptera 263 cuvées, dont près de la moitié afficheront des prix inférieurs à 10 euros.

E.Leclerc

Dès le 1er septembre, la plateforme marchande www.macave.leclerc permettra de composer un panier parmi 250 références. La Foire aux vins se déroulera ensuite du 29 septembre au 10 octobre en magasins.

Carrefour

Plus de 1.600 vins seront dévoilés par le groupe Carrefour lors de ce millésime 2020 de la Foire aux vins. Les premières bouteilles seront présentées dans les hypers du 8 au 21 septembre, puis Carrefour Market prendra le relais du 25 septembre au 11 octobre. Les magasins de proximité tels que Carrefour City et Carrefour

Tous droits réservés à l'éditeur

L'INDEPENDANT

www.lindependant.fr
Pays : France
Dynamisme : 90

Visualiser l'article

Contact feront la Foire aux vins du 18 au 27 septembre. Les consommateurs pourront effectuer leurs pré-réservations dès le 2 septembre sur le site Jereservemafoireauxvins.carrefour.fr .

Netto

Dans la lignée des ses concurrents qui démarreront la Foire aux vins très tôt, le distributeur a programmé de ranger ses quilles du 1er au 13 septembre, avec la promesse de 163 références.

Lidl

Le distributeur qui mise depuis plusieurs années sur la Foire aux vins pour se détacher de son ancienne image de hard-discounteur lancera la saison 2020 sur Internet, dès le 2 septembre avec un panel de 40 étiquettes accessibles à l'adresse www.lidl-vins.fr .

Auchan

Que ce soit en hypers, en supermarchés ou en drive, le distributeur nordiste appliquera les mêmes dates pour sa Foire aux vins, soit du 22 septembre au 6 octobre. Sur Internet, des avant-premières seront proposées aux amateurs dès le 10 septembre.

Franprix

Du 23 septembre au 11 octobre, Franprix proposera une Foire aux vins de cinquante étiquettes dont la grande majorité affichera moins de 10 euros.

Magasins U

Du 29 septembre au 10 octobre, les clients du distributeur repéreront les pépites dénichées par ses acheteurs grâce à la collerette étiquetée "Club des vins & terroirs". 200 références seront à découvrir dans cette catégorie.

> Internet

Wineandco

Du 26 août jusqu'au 6 octobre, 300 références seront rassemblées sur le site spécialiste, dont la moitié présente des tarifs compris entre 6 et 20 euros.

Veepee

Coup d'envoi le 2 septembre du nouveau catalogue bachique de Veepee qui comptera 150 pépites à ranger dans sa cave à vin... ou pas.

iDealwine

L'expert du vin aux enchères ne rate pas pour autant le rendez-vous de la Foire aux vins. Du 15 septembre au 6 octobre, la plateforme marchande proposera aussi bien de vieux millésimes que des nectars très accessibles. Les amateurs pourront même utiliser un moteur de recherches dédié "J'y connais rien".

Tous droits réservés à l'éditeur

L'INDEPENDANT

www.lindependant.fr
Pays : France
Dynamisme : 90

Visualiser l'article

CDiscount

Du 3 au 27 septembre, plus de 400 références seront proposées par CDiscount dans sa rubrique "vins et spiritueux".

> Caviste

Le Petit Ballon

Le caviste parisien, qui officie aussi sur Internet, dégainera 180 étiquettes du 2 au 23 septembre prochains. Les abonnés auront droit de faire leurs emplettes avec 24h d'avance. 65% des références indiqueront des prix inférieurs à 10 euros.

Duclot

Du 5 au 26 septembre, le célèbre négociant bordelais dévoilera ses choix bachiques pour la saison 2020 tant dans la cave des Galeries Lafayette que sur son site marchand Chateaunet.com ou chez Badie à Bordeaux.

Lavinia

Plus de 150 références seront proposées du 8 au 29 septembre, dont 55% seront des étiquettes bios, biodynamiques ou natures. Le caviste promet même de dégainer 25% de cuvées exclusives.

Nicolas

Du 9 septembre au 13 octobre, 61 références choisies parmi un éventail de 800 échantillons dégustés permettront aux oenophiles d'enrichir leur cave à vin chez Nicolas.

La Grande épicerie de Paris

Le célèbre grand magasin parisien renouvellera ce qu'il a coutume d'appeler sa "rentrée des vins" du 9 septembre au 15 octobre. Plus de 210 étiquettes seront proposées en avant-première aux plus impatients sur le site en ligne lagrandeepicerie.com .

> Magasins bio

Naturalia

"Les vins jours bio" - titre que l'enseigne a donné à la Foire aux vins, aura lieu du 24 septembre au 14 octobre.

NaturéO

L'enseigne bio proposera une sélection de 76 références, dont 48 rouges, 12 rosés, 13 blancs et 3 effervescents du 7 au 27 septembre.

Tous droits réservés à l'éditeur

Tourisme / Gastronomie - 2020/08/06 12:14

Foire aux vins : pour ne pas rater les bonnes affaires, voici quand se rendre en magasins



(ETX Studio) - C'est le rendez-vous de l'année pour dénicher de belles bouteilles que l'on ne trouve pas d'habitude en grandes surfaces. Et pour enrichir le plus efficacement sa cave à vin, il faut absolument faire le tour de plusieurs enseignes, ne pas s'empêcher de fouiller les catalogues des e-commerçants et ceux des cavistes. Voici donc toutes les dates des principaux acteurs de la Foire aux vins 2020.

> Grandes surfaces

Monoprix

Rendez-vous du 18 septembre au 4 octobre pour piocher dans la cave du distributeur qui comptera 263 cuvées, dont près de la moitié afficheront des prix inférieurs à 10 euros.

E.Leclerc

Dès le 1er septembre, la plateforme marchande www.macave.leclerc permettra de composer un panier parmi 250 références. La Foire aux vins se déroulera ensuite du 29 septembre au 10 octobre en magasins.

Carrefour

Plus de 1.600 vins seront dévoilés par le groupe Carrefour lors de ce millésime 2020 de la Foire aux vins. Les premières bouteilles seront présentées dans les hypers du 8 au 21 septembre, puis Carrefour Market prendra le relais du 25 septembre au 11 octobre. Les magasins de proximité tels que Carrefour City et Carrefour Contact feront la Foire aux vins du 18 au 27 septembre. Les consommateurs pourront effectuer leurs pré-réservations dès le 2 septembre sur le site Jereservemafoireauxvins.carrefour.fr.

Netto

Dans la lignée des ses concurrents qui démarreront la Foire aux vins très tôt, le distributeur a programmé de ranger ses quilles du 1er au 13 septembre, avec la promesse de 163 références.

Lidl

Le distributeur qui mise depuis plusieurs années sur la Foire aux vins pour se détacher de son ancienne image de hard-discounteur lancera la saison 2020 sur Internet, dès le 2 septembre avec un panel de 40 étiquettes accessibles à l'adresse www.lidl-vins.fr.

Auchan

Que ce soit en hypers, en supermarchés ou en drive, le distributeur nordiste appliquera les mêmes dates pour sa Foire aux vins, soit du 22 septembre au 6 octobre. Sur Internet, des avant-premières seront proposées aux amateurs dès le 10 septembre.

Franprix

Tous droits réservés à l'éditeur

Du 23 septembre au 11 octobre, Franprix proposera une Foire aux vins de cinquante étiquettes dont la grande majorité affichera moins de 10 euros.

Magasins U

Du 29 septembre au 10 octobre, les clients du distributeur repéreront les pépites dénichées par ses acheteurs grâce à la collerette étiquetée "Club des vins & terroirs". 200 références seront à découvrir dans cette catégorie.

> Internet

Wineandco

Du 26 août jusqu'au 6 octobre, 300 références seront rassemblées sur le site spécialiste, dont la moitié présente des tarifs compris entre 6 et 20 euros.

Veepee

Coup d'envoi le 2 septembre du nouveau catalogue bachique de Veepee qui comptera 150 pépites à ranger dans sa cave à vin... ou pas.

iDealwine

L'expert du vin aux enchères ne rate pas pour autant le rendez-vous de la Foire aux vins. Du 15 septembre au 6 octobre, la plateforme marchande proposera aussi bien de vieux millésimes que des nectars très accessibles. Les amateurs pourront même utiliser un moteur de recherches dédié "J'y connais rien".

CDiscount

Du 3 au 27 septembre, plus de 400 références seront proposées par CDiscount dans sa rubrique "vins et spiritueux".

> Caviste

Le Petit Ballon

Le caviste parisien, qui officie aussi sur Internet, dégainera 180 étiquettes du 2 au 23 septembre prochains. Les abonnés auront droit de faire leurs emplettes avec 24h d'avance. 65% des références indiqueront des prix inférieurs à 10 euros.

Duclot

Du 5 au 26 septembre, le célèbre négociant bordelais dévoilera ses choix bachiques pour la saison 2020 tant dans la cave des Galeries Lafayette que sur son site marchand Chateaunet.com ou chez Badie à Bordeaux.

Lavinia

Plus de 150 références seront proposées du 8 au 29 septembre, dont 55% seront des étiquettes bios, biodynamiques ou natures. Le caviste promet même de dégainer 25% de cuvées exclusives.

Nicolas

Du 9 septembre au 13 octobre, 61 références choisies parmi un éventail de 800 échantillons dégustés permettront aux oenophiles d'enrichir leur cave à vin chez Nicolas.

La Grande épicerie de Paris

Tous droits réservés à l'éditeur

Le célèbre grand magasin parisien renouvellera ce qu'il a coutume d'appeler sa "rentrée des vins" du 9 septembre au 15 octobre. Plus de 210 étiquettes seront proposées en avant-première aux plus impatients sur le site en ligne lagrandeepicerie.com.

> Magasins bio

Naturalia

"Les vins jours bio" - titre que l'enseigne a donné à la Foire aux vins, aura lieu du 24 septembre au 14 octobre.

NaturéO

L'enseigne bio proposera une sélection de 76 références, dont 48 rouges, 12 rosés, 13 blancs et 3 effervescents du 7 au 27 septembre.

Tous droits réservés à l'éditeur

vinwinowine.wordpress.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Top chrono – Foires aux Vins automne 2020 #dates #coups de coeur

Visuel indisponible

Les Foires aux Vins d'automne 2020 arrivent à grands pats, tous les enseignes s'activent pour la meilleure organisation de chacune d'elle, on sait d'ores et déjà que cette édition ne va pas ressembler à aucune précédente, Covide oblige.

Déjà l'édition de printemps était fortement bouleversée par la crise sanitaire, les professionnels ne cachent pas leurs inquiétudes pour l'édition d'automne.

Cette année, comme déjà l'année dernière, la tendance est au Bio, Biodynamie, tout simplement à la viticulture propre et responsable, rien de nouveau,

Aujourd'hui, chaque enseigne met en avant de vins issus d'agriculture biologique tout au long de l'année, on ne parle plus d'une mode passagère, mais tous simplement d'une prise de conscience si bien de la part de producteurs, que par des enseignes qui proposent toutes les gammes de ces vins et de façon permanente.

Chaque année, on constate la part de Bio plus en plus impotente dans chaque catalogue de la foire aux vins qui ravie de clients plus en plus sensible à cette démarche.

Le mois de septembre et d'octobre c'est la fête des vins chez tous les distributeurs sans exception, petits et grands, chez des cavistes, sans oublier les ventes en ligne qui explosent depuis quelques années.

Ces ventes de vins en lignes progressent considérablement, gagnent chaque année une part du marché plus en plus impotente, non seulement pendant les foires aux vins, mais tout au long de l'année.

Les enseignes ont bien compris ce phénomène, aujourd'hui elles proposent à coté de ses foires aux vins dits « classique » en magasin, une sélection de vins pour les ventes en ligne. Ce type de ventes explose à la vitesse grand « V ».

Tous droits réservés à l'éditeur

Chaque année c'est le même rituel, presque banal, les clients dévorent les pages « spécial vin » dans tous les magazines, sans exception, les propositions de chaque site internet de vente en ligne ou tout simplement les catalogues « Foire aux Vin » de chaque enseigne distribués directement dans les boites aux lettres.

Certes, les clients examinent tout à la loupe, comparent les prix enseigne par enseigne, le choix se fait très souvent en amont, réfléchi selon les critères de chacun.

Aujourd'hui, les clients sont plus en plus avertis et connaisseurs grâce à l'information qui circule librement dans tous les média quel que soit, surtout ceux en ligne.

Avant de présenter le calandrer de foires aux vins d'automne 2020 avec quelques coups de cœur, un petit rappel historique s'impose :

Tout a commencé il y a tout juste 47 ans, la toute première foire aux vins fût lancée en 1973 par l'enseigne E.Leclerc en Bretagne, ensuite tous les enseignes ont suivi, et depuis, son engouement ne cesse d'augmenter d'année en année.

Même si sa forme initiale a bien changé et surtout évoluée, les clients sont toujours là au RDV, toujours prêt à partir à la chasse de bonnes affaires, de bonnes idées, de bons conseils pour remplir sa cave ou tout simplement pour trouver quelques flacons pour de soirée entre les copains.

Top chrono pour la fête de vins et de vendanges qui démarre un peu partout.

Voici le calendrier des Foires aux Vins d'Automne 2020 avec la sélection de quelques coups de cœur :

Tous droits réservés à l'éditeur

Auchan

Du 22 septembre au 6 octobre

Comme chaque année l'équipe de 4 acheteurs de l'enseigne : Isabelle, Mark, Didier et Frédéric ont fait une sélection rigoureuse et éclectique afin de satisfaire les goûts de ses clients dans chaque zone géographique.

500 références sont proposées dans l'ensemble des hypermarchés, 160 dans les supermarchés et 80 dans les drives, tout adapté à chaque zone géographique divisés en plusieurs catalogues.

Aussi 250 références sont proposées en ligne sur le site de l'enseigne à partir du 10 septembre.

Castillon Côtes de Bordeaux (rouge) Château Fongaban 2018 Bio

PVC 6,95

Rapport qualité/prix imbattable.

Le domaine appartient à la famille Taix depuis 3 générations, qui dès le début, travaille la vigne dans le respect du terroir et de l'environnement, obtient officiellement la certification bio en 2013.

Carrefour Hyper

Du 8 au 21 septembre

Carrefour Market

Du 25 septembre au 1 octobre

Carrefour City/Contact

Du 18 au 27 septembre

Tous droits réservés à l'éditeur

L'enseigne propose sur son site pendent toute la période de la foire aux vins la vente en ligne.

Carrefour avec ses 231 hypermarché, 1000 Carrefour Market et 2042 Carrefour City/ Contact propose au total plus que 1600 références avec une grosse proportion de vins Bio et en biodynamie dans l'ensemble des ses enseignes, toutes minutieusement choisit parmi 6000 vins dégustés par les experts de la marque, tout déclinés en plusieurs catalogues selon les zones géographiques et le type de magasins.

Terrasses-du-Larzac Château La Sauvageonne « Cuvée Les Oliviers » 2018 Biodynamie

PVC : 8,95

Domaine certifié en biodynamie, produit des cuvées exprimant le terroir de chaque parcelle de vigne.

Assemblage de Grenache et de Syrah au nez capiteux de fruits noirs et rouges très mûrs, de garrigues et de sous-bois avec sa bouche dense et fruité, structure tannique racée, tout parfaitement équilibré avec une fraicheur agréable.

E.Leclerc

Du 29 septembre au 10 octobre

Dès 1 er septembre sur le site de l'enseigne 250 références en offre exclusive sont accessibles en ligne.

Pour sa 47 e édition de la foire aux vins les magasins E.Leclerc emmènent ses clients pour une escapade sur les routes de France et d'ailleurs.

L'enseigne E.Leclerc avec l'ensemble de ses magasins s'engage toujours plus en faveur d'une viticulture responsable, de nombreux crus certifiés d'un label biologique ou biodynamique rejoignent les sélections, représentent cette année 15 % de l'offre totale, soit au total 34 cuvées.

E.Leclerc propose une sélection nationale composée de 230 références pour sa Foire aux Vins 2020 rigoureusement choisie par les experts de l'enseigne dont 52 « Incroyables » choisi par Andreas Larsson (meilleur sommelier du monde 2007) qui collabore avec l'enseigne depuis 2013.

Tous droits réservés à l'éditeur

Mas Amiel «Pur Schiste» 2019, Côtes du Roussillon

PVC 9,65

Assemblage de grenache, Carignan et syrah, aux arômes fruits rouges, sans élevage sous bois pour préserver le fruit, belle tension et fraicheur grâce au terroir schisteux, vin gourmand pour toutes les occasions, s'associe facilement à la cuisine du sud.

Casino Géant

Du 1 er au 13 septembre

Casino supermarchés

Du 28 août au 13 septembre

Casino enseignes de proximité

Du 8 au 20 septembre

Avec une très forte croissance de Bio, les enseignes Casino proposent dans l'ensemble de ses magasins 27% de vins issus de l'agriculture biologique, biodynamique, HVE ou encore vegans et nature.

Au total l'enseigne propose 989 vins de 5 pays dont la France avec 76 Grands Crus, 39 seconds vins et tout dans 14 millésimes allant de 1999 au 2019.

L'Italie avec une grande diversité de ses terroirs, une richesse incroyable de ses cépages autochtones fait l'honneur de cette foire aux vins 2020.

Dans cette sélection faite avec beaucoup de soins et de l'audace à découvrir sans tarder deux vins venus tout droit de la Toscane vinifié par Bibi Graetz, véritable « Pape » de vins toscanes, connu de tous les grands amateurs. Ses vins ne passent jamais inaperçus, la gamme de différentes cuvées allant de 10 à plusieurs centaines euros, les amateurs raffolent.

Casamatta Rosso 2018, IGT Toscana, Bibi Graetz

Tous droits réservés à l'éditeur

PVC 10,50

Issu de 100% Sangiovese de la vigne plus jeune des alentour de Sienne et du nord de Florence.

Vin vinifié uniquement dans les cuves inox pour préserver l'expression fruitée de Sangiovese, c'est une vraie gourmandise aux notes de cerise noire et de mûre.

Casamatta Bianco 2018, IGT Toscana, Bibi Graetz

PVC 10,50

Issu de 60% Vermentino, de 30% Trebbiano, de 10% Moscato Bianco provenant de vignobles de Capalbio au sud de Toscane à Maremma sur la côte toscane.

Vin vinifié dans les cuves inox pour préserver la fraicheur et les fruits, ses notes d'agrumes, de fruits blancs avec une belle note florale, son coté acidulé et salin apporté par une forte l'influence marine lui donne un équilibre et une parfaite harmonie.

Monoprix

Du 18 septembre au 4 octobre

Les mots d'ordre de cette sélection sont : l'équilibre, le rapport qualité/prix, le plaisir de la dégustation.

Pour sa foire aux vins 2020, l'enseigne fait découvrir à ses clients la sélection de 263 cuvées venues de France et d'ailleurs.

Dans la continuité de l'engagement de Monoprix envers le respect de l'environnement, le bio et les labels environnementaux représentent 15 % de la gamme de l'enseigne tout au long de l'année.

Tous droits réservés à l'éditeur

La Foire aux Vins 2020 compte près de 25 % de cuvées labellisées, dont 75 % des vins bios. Des vins respectueux de l'environnement, qui suscitent un intérêt croissant des consommateurs, auxquels viennent s'ajouter plusieurs cuvées sans sulfites ajoutés.

Cette démarche appréciée par la clientèle de l'enseigne va de pair avec une sélection rigoureuse, toujours attentive à la qualité et au rapport prix/plaisir.

Ca'Narura, Montepulciano Rosa Rubra – Abruzzes 2019, Italie – Bio

PVC 8,99

La région des Abruzzes est la terre de prédilection du Montepulciano, qui y donne des vins aux notes de fruits noirs, à la robe rubis intense.

Cette cuvée expressive et fruitée, avec une bonne complexité et structure, ses tanins sont élégants, sa finale est fraiche et gourmande.

Lidl

A partir du 2 septembre

Dans l'ensemble de ses 1500 magasins à travers tout l'hexagone, Lidl propose un assortiment de 160 références de vins et de champagnes rigoureusement choisis par les experts de l'enseigne.

40 références issues de vignobles français sont aussi proposés en ligne sur le site de l'enseigne.

La sélection 2020 constitue une offre axée sur la diversité, la modernité et la découverte avec une place encore plus importante aux vins certifiés en Bio, Biodynamie, HVE ou natures qui représentent 30% de la sélection soit 50 cuvées.

Mouvement Perpétuel, Crozes Hermitage 2019, Cave de Tain (sans sulfites ajoutés)

PVC 9,99

Tous droits réservés à l'éditeur

Vin issu de 100% Syrah avec sa robe rubis profond aux reflets violines, la bouche savoureuse aux notes de fruits noirs mûrs, cassis, cerise noire, note florale, sa structure tannique est fine, élégante, vin frais et gourmand.

Intermarché

Du 8 au 27 septembre

Pour cette nouvelle édition 2020, les experts de l'enseigne ont dégusté 3500 vins pour proposer une sélection très pointue de 536 cuvées différentes dons 45 vins Bio et 51 certifiée en HVE pour l'ensemble de ses 1800 points de vente à travers la France.

Plaisir, Partage, Sérénité : les maîtres-mots de l'édition 2020

Dans ce cadre bien précis, les experts Intermarché propose une découverte de 18 « petites perles », les meilleurs rapports qualité/prix allant de 5 à 10 euros.

A by Château Rivière Cuvée Les Carmes 2018, Languedoc-Minervois

PVC 7,99

Ce vins né dans les vignobles très anciens au pied de la Montaigne Noire où l'ensoleillement est exceptionnel.

Il est structuré, racé avec beaucoup de caractère, exprime les notes de fruits noirs très mûrs avec une belle fraicheur.

Netto

Du 1 au 13 septembre

Tous droits réservés à l'éditeur

L'enseigne propose un choix de 163 références dans 300 points de vente à travers la France, accessibles à tous et pour tous les goûts à partir de 2 euros.

Chaque année c'est la chasse aux bonnes affaires et bons plans.

Afin de répondre aux demandes de ses clients soucieux aux questions environnementales et de transabilité de produits l'enseigne élargie son offre avec une sélection plus en plus impotente de vins BIO et certifié à HVE.

Côtes du Roussillon Rouge 2019, Domaine Baillie Giral

PVC 3,99

Cette cuvée gorgée du soleil, dominé par le cépage grenache exprime les notes de fruits noirs très mûrs, épices, sa couleur est profonde, il est riche, idéal pour accompagner le gibier à plumes.

Aussi :

Cora

Du 15 septembre au 3 octobre

Franprix

Du 23 septembre au 11 octobre

Cdiscount

Tous droits réservés à l'éditeur

Du 3 au 27 septembre

Biocoop

Du 8 septembre au 17 octobre

Veepee (Vente-privée)

A partir du 2 septembre

Idealwine

Du 19 septembre au 6 octobre

Wine & Co

Du 26 août au 6 octobre

Chateaunet

Du 5 au 26 septembre

Millésimes

Tous droits réservés à l'éditeur

Du 15 septembre au 6 octobre

Le Petit Ballon

Du 2 au 23 septembre

Et aussi les cavistes :

Lavinia (France)

Du 8 au 29 septembre

Nicolas

Du 9 septembre au 13 octobre

Repaire du Bacchus

Du 14 septembre au 11 octobre

La Cave du Château (Paris)

Du 15 septembre au 3 octobre

Tous droits réservés à l'éditeur

Galeries Lafayette

Du 5 au 26 septembre

Badie (Bordeaux)

Du 5 au 26 septembre

L'Intendant (Bordeaux)

Du 5 au 26 septembre

Vinothèque de Bordeaux

Du 27 août au 24 septembre

Visuel indisponible

Tous droits réservés à l'éditeur



MENTIONS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

■ SUD RADIO (29/08/20 à 12:30 | 00:28:11) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.





Les adresses

P. 22 LES MAMAS CUISINENT LE MONDE
Meet My Mama : meetmymama.com

P. 24 SAGA FAMILIALE
Émile Noël : emilenoel.fr

P. 48 SHOPPING PRATIQUE
Gers Équipement : 05 62 66 89 78/gers-equipement.fr
Côté Table : cote-table.com
Pebbly : pebbly.fr
MasterClass : 05 55 33 60 79
KitchenCraft : 05 55 33 60 79
Conforama : conforama.fr
Maison E.Leclerc : 09 69 32 42 52
Mathon : mathon.fr
Lékué : lekue.com
Pyrex : pyrex.fr
Brabantia : brabantia.com

P. 50 SAGA FAMILIALE
Jean Martin : jeanmartin.fr

P. 60 SAGA FAMILIALE
Jean Dubost : jeandubost.fr et au 04 73 51 91 91

P. 74 SAGA FAMILIALE
Loc Maria Biscuits : locmaria.fr/fr
biscuiterie-loc-maria.fr/fr/
gavottes.fr/fr

P. 76 CÔTÉ BOISSONS
Jardin des Goganes : Carrefour
Rosé des Gones 2019 : domainefranckchavy.fr
La Java des grandes espérances : grandes-esperances.fr
Flying Solo : domainegayda.com
Cuvée Marie-Christine 2019 : cavistes
La Robe d'Iris : domainedesfontaines.com
Les Jamelles Clair de Rose : cavistes, Nicolas et lesvinsdecarole.com
Jeanne B. 2019 : domainebrusset.fr
Le gris de gris « CLAIREMENT ROSÉ : en GMS
Domaine Romy, Impérial Rosé : boutique.terroirs-et-talents.fr
Gris d'Ardèche 2019 : boutique.vignerons-ardechois.com
Equinoxe Rosé 2019 : domainedelauzieres.com
Up ULTIMATE Provence Rosé 2019 : ultimateprovence.com
A.O.P Les Baux-de-Provence : shop.estoublon.com
Réserve les Chastelles : en GMS
L'Ostal Rosé : cavistes
Majy Brut de Franc rosé V.M.Q : coulydutheil-chinon.com
Moingeon, crémant de Bourgogne Rosé : boutique.moillard.fr
Bouvet Excellence Rosé: cavistes et bouvet-ladubay.fr
Sphère Rosé : gerard-bertrand.fr
Freixenet Édition Limitée : mondovino.com

P. 78 CÔTÉ CUISINE
Le Creuset : lecreuset.fr
Cuisinart : en magasins spécialisés et art de la table
Monoprix : monoprix.fr
Tefal : en grands magasins, supermarchés et sur tefal.fr
Microplane : microplaneintl.com/fr
Le Jacquard Français : le-jacquard-français.fr
Kitchen Aid : kitchenaid.fr
Lidl : 0 800 900 343 ou sur lidl.fr
FoodSaver : foodsaver.fr
Crock Pot : crockpot.fr
Parlapapa : parlapapa.com
Pyrex : pyrex.fr

Tous droits réservés à l'éditeur

LeJournaldesEntreprises

www.lejournaldesentreprises.com
Pays : France
Dynamisme : 4

Visualiser l'article

Antésite s'offre une second jeunesse avec ses arômes ultra-concentrés

Un an après avoir ouvert son capital à trois investisseurs, l'entreprise iséroise Antésite, spécialisée depuis plus de 120 ans dans les arômes ultra-concentrés, et créatrice du célèbre flacon de réglisse concentré, s'ouvre à une cible plus jeune via de nouveaux produits et une diversification de ses canaux de ventes, tout en affichant des velléités à l'export.



Nommé directeur général d'Antésite en février 2020, Stéphane Lacourt mène de front une diversification de la gamme de produits Antésite et de ses canaux de distribution. — Photo : Jean-Marc Blache

Une première ouverture de capital en 122 ans qui ouvre de nouvelles perspectives pour Antésite (CA 2019 : 6,1 M€ / 40 salariés), société spécialisée dans les arômes et extraits ultra-concentrés. Basée à Coublevie (Isère) et détenue par la famille Mollard, l'entreprise est à l'origine de la très réputée boisson concentrée au réglisse Antésite, créée en 1898 par un apothicaire isérois. En novembre dernier, elle a accueilli au capital trois investisseurs pour un million d'euros. L'arrivée de Stéphane Lacourt, business developer, Jérôme Poisson, DG de Columbus Café et du business angel François Lévêque marque une nouvelle étape dans le développement

Tous droits réservés à l'éditeur

de la marque et des produits aromatiques. Une « histoire d'opportunité », remarque Stéphane Lacourt, nommé directeur général en février : « nous échangions avec la famille Mollard il y a un an pour deux contrats de fabrication quand on a appris que la famille cherchait des investisseurs pour développer l'entreprise. Notre arrivée au capital a eu lieu en novembre 2019 ».

Ouverture vers la GMS et le BtoB



Spécialisé dans les arômes ultra-concentrés bio, Antésite s'ouvre à de nouvelles collaborations. - Photo : Jean-Marc Blache

Une arrivée chahutée par la crise de la Covid-19 qui porte, malgré tout, déjà ses fruits. Alors que l'entreprise a fait le choix de produire de la solution hydroalcoolique pour l'offrir aux hôpitaux et Ephad, elle a également répondu aux nombreuses sollicitations de clients, comme les enseignes Nicolas ou Picard et certains supermarchés Carrefour. 350 000 litres ont déjà été commercialisés et l'opportunité d'en faire un nouveau segment de marché n'est pas écartée. « Nous étudions cela avec nos clients et nos fournisseurs pour pérenniser cette offre », note-t-il. Un quatrième segment de marché (près de 10 % du CA) qui viendrait compléter l'offre existante répartie entre les concentrés aromatiques (45 % du CA) – popularisé par le réglisse – et, depuis, déclinée vers des sirops bio (8 %) et les boissons à base de vin, commercialisées sous la marque Noirot (15 %). En se convertissant au tout bio, Antésite s'ouvre cette année les portes de 2 500 magasins supplémentaires en grandes et moyennes surfaces après avoir adressé les magasins spécialisés, l'an dernier. « Cette ouverture vers les grandes surfaces montre déjà des résultats probants, avec une hausse des ventes de 34 % depuis le début de l'année », se félicite Stéphane Lacourt.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Stéphane Lacourt envisage d'investir 10 millions d'euros pour déménager l'atelier de production d'Antésite à partir de 2022 pour répondre à la croissance de l'activité. - Photo : Jean-Marc Blache

Le BtoB (20 % du CA) figure aussi comme un levier de croissance pour les nouveaux actionnaires. Antésite commercialise depuis peu deux types de boissons (citronnade et thé glacé) avec la marque Columbus Café et vient de lancer en août des jus de fruits avec la marque de bonbons acidulés Têtes Brûlées. Ces collaborations préfigurent aussi en 2021 le développement des échanges avec le secteur des cafés et restaurants pour proposer les arômes Antésite aux barmans et cuisiniers. « Nous travaillons déjà avec des chefs pour utiliser

Tous droits réservés à l'éditeur

nos arômes comme exhausteur de goût. C'est un segment à développer mais nous attendons que l'activité reparte dans la CHR (cafés, hôtels, restaurants) pour leur proposer nos produits », fait savoir le DG, qui patientera jusqu'au début de l'année prochaine.

Nouvelle usine à Voiron

Et la société voit plus loin. Avec l'objectif de réaliser 20 millions d'euros de chiffre d'affaires sous cinq ans, elle doit atterrir fin septembre à près de 8,5 millions d'euros de chiffre d'affaires pour 2020. Une première après plusieurs années de stabilité de ses revenus. Pour supporter cette dynamique de croissance, un autre grand chantier s'annonce avec le déménagement de l'entreprise centenaire dans un nouveau bâtiment de 8 000 m². « Nous sommes en discussion avec les collectivités du Pays Voironnais pour nous implanter normalement sur le parc Centr'Alp à Voiron sur une parcelle de 20 000 m² », affirme Stéphane Lacourt qui évoque un investissement de 8 à 10 millions d'euros. Et de préciser : « Nous restons sur notre territoire historique ».

Attendu fin 2022 au plus tôt, ce nouveau site doit permettre à l'entreprise de bénéficier d'une surface de production et de stockage en phase avec ses ambitions et son développement, notamment à l'export. « D'ici cinq ans, nous souhaitons atteindre 40 % de parts de marchés à l'export, contre 2 % aujourd'hui », souligne Stéphane Lacourt qui vise aussi bien l'Asie, le Moyen-Orient que les États-Unis et l'Europe.

Parmi les segments de marchés qui peuvent soutenir ce développement à l'international, le directeur général mise sur l'industrie cosmétique et pharmaceutique étrangère. « Nous vendons déjà de l'extrait de réglisse en France pour ce type de clients, mais aussi aux fabricants de pastis », souligne-t-il.

Tous droits réservés à l'éditeur







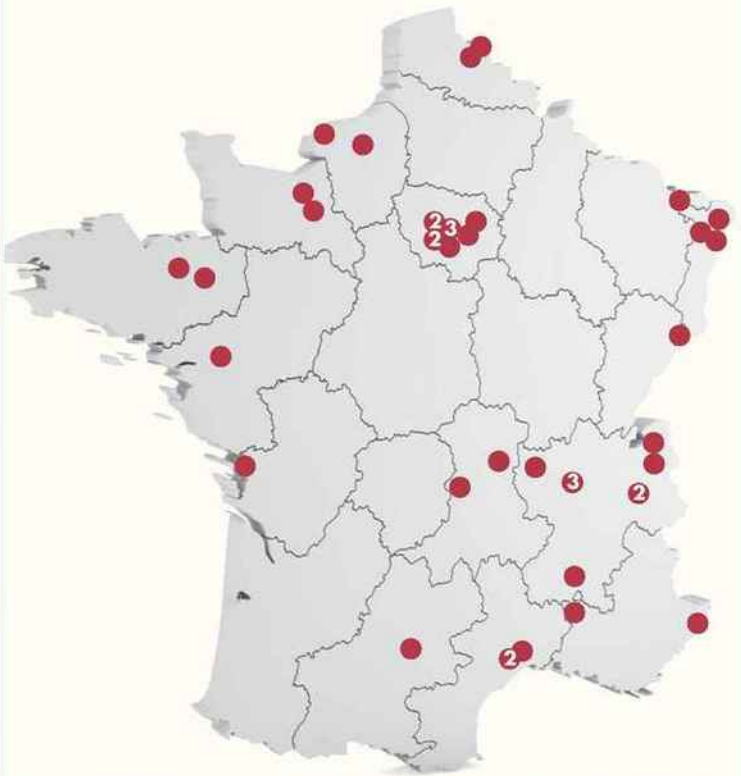
▲
Qui succédera aux trois premiers lauréats du concours ?
De haut en bas :

- Stéphane ALBERTI (2014)
Cave à Vins Passion,
à CEYRAT (63)

- Philippe SCHLICK (2016)
La Boutique du Sommelier,
à WEITBRUCH (67)

- Cyril CONIGLIO (2018)
Rhône Magnum,
à PONT-DE-L'ISÈRE (26)

LA CARTE DE FRANCE DES CANDIDATS AU TITRE 2020



• Philippe BALL - La Cave des Anges (67480 FORSTFELD) • Laetitia BARDI - Plaisirs du Vin La Rochelle (17138 PUILBOREAU) • Jeremie BATTAULT - Cave Nicolas (63000 CLERMONT-FERRAND) • Yoann BERLIE - La Dolia (34170 CASTELNAU-LE-LEZ) • Mélanie BOHR - Cave Nicolas (90000 BELFORT) • Flore BRASSART - La Cave Chatho (59290 WASQUEHAL) • Arnaud CANASTREIRO - Conroy Vins et Spiritueux (74700 SALLANCHES) • Sébastien CHETAIL - Le Mouton Rouge (74120 MEGÈVE) • Aurélien CHUTAUX - Les Vins d'Aurélien (59800 LILLE) • Jordi COUWENHOVEN - Le Sourire au pied de l'échelle (75011 PARIS) • Michael D'AMBROSIO - Le Vignoble (76270 NEUFCHÂTEL-EN-BRAY) • Xavier DE CASTRO - Cave Bournigault (44150 ANCENIS) • Arnaud DESILLES - La Cave de Piré (35150 PIRE-SUR-SEICHE) • Laurent ESCALIER - Les Vins en Scène (76200 DIEPPE) • Eric ESNAULT - Le Vin des Alpes (38000 GRENOBLE) • Denis FARETRA - Cave Nicolas (06130 GRASSE) • Angeline GOBIN - Les Couleurs du Vignoble (35360 MONTAUBAN-EN-BRETAGNE) • Sylvain GUILLET - Aux Grands Vins de France (34000 MONTPELLIER) • Leny HUGOT - Cave Nicolas (84000 AVIGNON) • Jonathan LEININGER - La Vignery (67590 SCHWEIGHOUSE-SUR-MODER) • Julien LEPAGE - La Vignery (78100 SAINT-GERMAIN-EN-LAYE) • Jean-Philippe LEROY - Vinothentik (26120 CHABREUIL) • Olivier LESEUL - Cavavin (77500 CHELLES) • Anne LIENHART - Pépites de Vin (67240 BISCHWILLER) • Emmanuel MENARD - Terroir Dit Vin (14700 FALAISE) • Jean-Charles MONIER - Cave Nicolas Lyon Jacobins (69002 LYON) • David MORIN - La Cave de Villiers-sur-Marne (94350 VILLIERS-SUR-MARNE) • Francis MOULIS - Cave Nicolas Lyon Jacobins (69002 LYON) • Franck NAUDOT - Les Caves Naudot (03700 BELLERIVE-SUR-ALLIER) • Jérémy OBER - La Rue du Vin (57350 STIRING-WENDEL) • Patrice ORSET - Cave Nicolas (69002 LYON) • Léa PERRET - Cave Nicolas (69002 LYON) • Matthieu POTIN - La Vignery (78100 SAINT-GERMAIN-EN-LAYE) • Marc POTTIER - Cave Henri IV (61200 ARGENTAN) • Stéphane PROFIT - Agrappa La Cave (92700 COLOMBES) • Sylvain ROCHE - Les Vins de Sylvain (42300 ROANNE) • Oliver THIBAUT - La Treille d'Or (75014 PARIS) • Federico URRUTIA - Le Repaire de Bacchus (75018 PARIS) • Richard VIDARTE - Cave Nicolas (91160 SAULX-LES-CHARTREUX) • Alexis ZAOUK - La Cave d'Alex (92000 NANTERRE).
Liste d'attente : • Johane ZANNA - Le Vin des Alpes (38000 GRENOBLE) • Serge COLIN - Le Repaire de Bacchus de Maistre (75018 PARIS) • Daniel CARDOSO - La Clef des Vins (81000 ALBI) ■

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 12/08/2020
Heure : 07:14:50

la Nouvelle République.fr

www.lanouvellerepublique.fr
Pays : France
Dynamisme : 184

Visualiser l'article

Tours : un carnaval d'animaux à l'Académie Francis-Poulenc

La soprano Ingrid Perruche sera en compagnie de François Le Roux pour le concert d'ouverture à la Chapelle Saint-Libert.

© Photo NR

Du 16 au 27 août, la 24e Académie Poulenc invite à (re) découvrir des mélodies françaises consacrées aux animaux avec, en prime, deux raretés cinématographiques.

Il y a, bien sûr, les Fables de La Fontaine, les Histoires naturelles de Jules Renard mises en musique par Ravel, la Villanelle des petits canards et la Ballade des gros dindons de Chabrier sur un texte de Rostand… et combien d'autres poètes et musiciens à (re) découvrir, tous inspirés par les animaux. C'est à eux que concerts, conférence et masterclasses de la 24e Académie Francis-Poulenc seront consacrés. Dans ce grand « “ Carnaval mélodique des animaux ”, il y a évidemment les mélodies que Poulenc a composées en 1919 sur douze quatrains du “ Bestiaire ” d'Apollinaire », annonce François Le Roux. Mais « la mélodie française regorge de mélodies animalières, ajoute le célèbre baryton fondateur de cette Académie internationale. D'autres compositeurs ont choisi l'œuvre d'Apollinaire, mais aussi les “ Chantefables ” de Desnos, sans oublier les très nombreuses compositions sur les Fables de la Fontaine ». Un florilège où l'on croise Offenbach et Saint-Saëns, Kosma et Lecocq et tant d'autres compositeurs et compositrices parfois méconnus… Un long et passionnant chemin de création sur ce thème, qui se continue avec des commandes « à cinq compositeurs de nouvelles mélodies, qui seront créées par les stagiaires pendant l'Académie » et que l'on pourra découvrir en masterclasses et lors du traditionnel concert de clôture à Noizay.

Musiques de film signées Poulenc Une autre découverte sera aussi au programme de cette 24e édition, avec la projection du Voyage en Amérique, un film (restauré) d'Henri Lavorel (1951) avec Pierre Fresnay et Yvonne Printemps, dont « Francis Poulenc a assuré la bande musicale, avec des chansons inédites ». Un évènement cinématographique précédé d'une véritable rareté : le premier film publicitaire français en couleur, un court-métrage de 1935 d'Alexandre Alexeïeff pour « les Vins Nicolas » avec une musique originale de Francis Poulenc. Pensez à réserver !

Places limitées et distanciées, port du masque. Réservation obligatoire à partir du 10 août au 02.47.64.23.94 ou à melodiefrancaise@orange.fr

programme

À la chapelle Saint-Libert, 37, avenue André-Malraux, à Tours

> Dimanche 16 août à 17 h 30, concert d'ouverture avec Ingrid Perruche (soprano), François Le Roux (baryton), Christian Ivaldi et Jeff Cohen (pianistes) et Philippe Lebas (récitant).

Tarifs : 20 €, 15 € et 8 €.

> Mardi 18 août à 17 h 30, conférence par Thomas

Le Colleter, « Les animaux

07R41p3C1VNrTWaup1Tstn9chBDQ5xuzsi6gci6lJ4t7xSptsc172thVrH1xDBnzFcoc1ZjzxYlT60JCc143L_wMzM3

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

dans les arts » (gratuit).

> Samedi 22 août à 20 h, concert des jeunes talents de l'Académie (gratuit).

> Les 24, 25 et 26 août, de 9 h 45 à 12 h 15, masterclasses publiques par l'équipe artistique et pédagogique. Tarif 5 €, gratuit pour les adhérents.

Cinémas Studio, mercredi 26 août à 19 h 45 : « Le Voyage en Amérique », film d'Henri Lavorel (1951). Présentation : Jérôme Rossi.

Église de Noizay, jeudi 27 août

à 20 h, concert de clôture « Histoires mélodiques des animaux » par les jeunes talents de l'Académie (gratuit).



07R41p3C1VNrTWaup1Tstn9chBDQ5xuzsi6gci6lJ4t7xSptsc172thVrH1xDBnzFcoc1ZjzxYlT60JCc143L_wMzM3

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Patriote beaujolais-val de saône
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 5519



Date : 13 aout 2020

LES VIGNERONS

Spécial vendanges

A Chénas, la saga des Loron

C'est une histoire d'amour entre des hommes et la vigne qui dure depuis près de 300 ans. Un récit entamé avec Jean Loron, vigneron de Chénas, qui avait déjà l'ambition d'obtenir une matière première parfaite pour créer des vins de qualité. Retour sur la saga des Loron.

Plus de 130 hectares de vignes, propriétaire ou exploitant de dix domaines des coteaux du Beaujolais aux pentes douces du Mâconnais, trois centres de vinification et une activité de négociant-éleveur réputée jusqu'aux tables new-yorkaises. C'est ce qui pourrait, entre autres, résumer aujourd'hui la maison Loron. Mais l'histoire est riche d'aventures avant d'en arriver là, comme le raconte Philippe Bardet, aujourd'hui président de la maison Loron. "*Jean Loron est le premier ancêtre vigneron de la famille. Il est né en 1711 et était installé à Chénas.*" Les traces écrites attestent de l'achat du domaine des Billards à Saint-Amour dès 1754. Puis l'histoire se précise. "*En 1821, son petit-fils Jean-Marie crée son commerce de propriétaire-négociant.*" Quelques années plus tard, c'est Eugène qui s'installe à Pontaneveaux. "*Il était près des voies de chemin de fer et des bords de Saône. En tant que commerçant, il fallait pouvoir envoyer le vin en barrique. Il arrivait alors à Bercy en vrac.*"

Hier, moins que demain

Et puis l'histoire continue de s'écrire au rythme des intentions des descendants, de leurs rencontres ou encore des avancées technologiques. C'est comme ça qu'au début du XXe siècle, les Loron deviennent partenaires du caviste Nicolas à Paris, ou encore qu'en 1968, ils effectuent leur première mise en bouteille au chai de Pontaneveaux. Les descendants passent et la maison continue de grandir.
En 1978, Xavier Barbet, 8e génération, re-



Il faut attendre 1866 pour voir l'installation des Loron à Pontanevaux.

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Patriote
beaujolais-val de saône
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 5519



Le château de Bellevue, à Villié-Morgon, domaine viticole et lieu de réception de la maison Jean Loron.

prend l'activité. Grégory, 9e génération, s'occupe aujourd'hui de la partie terroir. Mais c'est Philippe Bardet, originaire du Beaujolais et fin connaisseur de la Bourgogne, qui hérite de la direction en 2016. Un tournant vers un avenir, où la maison Loron compte bien rajouter quelques chapitres à son roman. "*Le vin c'est une histoire de temps long*", souligne Philippe Bardet, avant d'enchainer. "*Ce qui fait la force de la maison Loron s'est d'avoir su garder le cap de la qualité, de l'authenticité, du respect du terroir. Mais il faut toujours continuer de regarder devant.*" Trois siècles plus tard, c'est la même passion qui anime les héritiers. Avec l'envie que la saga des Loron ne s'arrête pas là.



A gauche, Philippe Bardet, directeur de la maison Jean Loron, avec Frédéric Maignet, directeur technique.

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 09/08/2020
Heure : 16:13:57
Journaliste : D.

www.oise-agricole.fr
Pays : France
Dynamisme : 14

Visualiser l'article

Julien Grégoire fait d'une bière deux coups

Julien Grégoire, jeune agriculteur à Thieux sur la ferme du Tilloy, fait partie des rares malteurs. Rigueur et précision sont les mots d'ordre de cet agriculteur pour produire une mousse paysanne, locale et verte



Julien Grégoire commercialise à partir de 2,5 € en 33 cl. Un prix qu'il a fixé afin de pouvoir se rémunérer. L'entrepreneur vend aussi son malt (en 1 et 25 kg) aux passionnés qui brassent dans leur cuisine ou à de petites brasseries sur son site internet : www.ferme-du-tilloy.fr - © D.

Fin 2015-début 2016, Julien Grégoire est la sixième génération à s'installer dans la ferme familiale à Thieux, dans l'Oise. Cette ancienne ferme de l'abbaye de Beauvais d'une superficie de 300 hectares, produit blé, orge et betterave. Julien Grégoire a brassé plusieurs formations pour devenir agriculteur mais aussi spécialiste de la fabrication de la boisson houblonnée. «J'ai suivi des études avec un BTS agricole à Genech, après le bac. J'ai continué en master en productions végétales et en industries agroalimentaires (PVIA) à l'UPJV d'Amiens. J'ai une formation scientifique orientée sur la sélection végétale avec des connaissances très élargies sur la microbiologie en général.» explique-t-il.

Cependant, suite à la moisson catastrophique de 2016, Julien Grégoire a décidé de se diversifier pour amener une valeur ajoutée à l'exploitation. «Cette moisson a marqué les esprits de tout le monde et j'espère que ça sera la dernière. Grâce aux modules à la fac, j'ai appris à brasser. Comme quoi, les études supérieures nous font aimer la bière (rire). Pendant mes stages, c'est un peu un concours de circonstances, j'ai rencontré

Tous droits réservés à l'éditeur

des gens qui, durant leur temps libre, avaient la passion du brassage. Une chose en amenant une autre et à force d'être dans le sujet, il y a deux fils qui se sont connectés. Je me suis lancé à faire de la bière à la ferme.» ajoute-t-il.

De la terre à la chope

La genèse du projet est formidable et donne une plus value à l'exploitation. Cependant, Julien Grégoire allait manquer de matière première et doit acheter les produits nécessaires à son projet. «L'avantage, c'est que nous sommes semenciers et producteurs d'orge de brasserie. L'étape de la malterie manque, précise-t-il. Du coup, on a déroulé un projet malterie en voulant un produit 100 % fermier. Le marché de la brasserie est en pleine expansion, il faut avoir sa marque de fabrique, sa valeur ajoutée pour sortir du lot. Il y a tellement de richesse dans ce milieu et pour faire la différence, il faut exceller dans la rigueur et l'hygiène.» poursuit-il. Le seul produit qu'achète Julien Grégoire est le houblon d'Alsace, provenant d'une coopérative. Il cherche dans ce produit le goût du terroir indétrônable alsacien pour donner le goût tant recherché dans une bière.

De la bricole, de la débrouille et de l'huile de coude

Il aménage une brasserie de 80 m2 dans une ancienne bergerie. Il investit dans une cuverie pour produire 110 litres de bière par jour. «Pour la fabrication, j'étais assez autodidacte. C'est un processus qui existe depuis des milliers d'années et avec les tutoriaux, les forums sur internet, on peut apprendre à faire de la bière assez simplement» indique Julien Grégoire. Il décide de lancer sa propre production de malt, une activité que les agriculteurs pratiquent rarement du fait de sa complexité.

Cette étape consiste à faire germer le grain par trempage dans l'eau et arrêter ensuite sa croissance par un passage au four à haute température (jusque 300ºC). Le jeune agriculteur a confectionné ses propres outils, mais il a également acquis un four venant de la MAP France (société de four de boulangerie). «Ils ont accepté de travailler avec nous et de modifier totalement leur four de boulanger. Celui-ci n'est plus capable de cuire la moindre baguette, mais il est capable de faire du malt avec un logiciel totalement adapté. C'est plus dur de faire un bon malt que faire de la bonne bière.» détaille-t-il.

Un nouveau hangar de 180 m2 avec une nouvelle unité de production va faire surface dans l'année. L'objectif de base pour ce jeune agriculteur est d'atteindre 10.000 litres : «l'an dernier, on a produit 7.000 l» ajoute-t-il.

Il a décidé d'investir dans un outil de fabrication de 1.000 l avec deux cuves de brassage et une cuve tampon de 1.200 l pour rationaliser la production. L'étiquetage et l'embouteillage seront totalement automatisés. En période de croisière, il souhaite passer à 20.000 litres.

Bière qui mousse amasse la foule

Julien Grégoire s'occupe seul de la brasserie et de la malterie. «Je ne dis jamais non au petit coup de main (rire), surtout quand il faut faire l'embouteillage, les capsules ou remplir les bouteilles.» Sans le soutien des autres associés, ses parents, la brasserie n'existerait pas : «je ne pouvais pas gérer les 300 hectares de l'exploitation et la brasserie à moi tout seul». C'est un travail de tous les instants. À la moisson, il sélectionne l'endroit le plus adéquat dans le champ pour ses grains. Dorénavant, il assemble son malt, le houblon, la levure, l'eau, brasse et déguste sa bière. Ce jeune agriculteur produit sept malts différents. Blonde, ambrée ou brune, la Tils'Oise sait se décliner pour le plaisir de chacun. Sinon, laissez vous tenter par la Rhino cirrhose. Cette boisson n'est pas fatale, bien au contraire, elle est plutôt destinée à être servie en bar, grâce à son côté très rafraîchissant. Selon Julien Grégoire, une bonne bière est une boisson «qui donne envie d'en ouvrir une

Tous droits réservés à l'éditeur

autre. Il faut qu'elle soit savoureuse, généreuse et rafraîchissante. Ce que l'on va retrouver dans nos bières, c'est le goût du malt. Le goût de la céréale va prédominer les aromatiques de la Tils'Oise. Je travaille donc moins le houblon et la levure.» précise-t-il.

Il insiste pour garder son statut d'agriculteur, la brasserie est une activité annexe à la ferme, avec tout de même de la création d'emplois. Il a des idées : les prochaines bières seront produites sans émission de CO2 grâce au miscanthus. Le résultat, ce sont des petits copeaux de paille qui serviront de combustible dans une chaufferie biomasse. L'avantage du miscanthus vient de sa capacité à capter du CO2 lors de sa croissance. Lors de sa combustion, il va rejeter autant de CO2 que celui capté. Ce qui produit une énergie des plus propres. Le miscanthus, c'est de l'énergie à l'état pur, 4,2 kw/kg de matière. Une tonne de matière représente plus de 400 litres de fuel domestique, sans la problématique pollution du fuel !

On peut retrouver ces bières tous les premiers vendredis du mois sur le marché du terroir de Saint-Just-en-Chaussée, tous les premiers samedis matin sur le marché du terroir devant la mairie de Breteuil. Sinon, elles sont disponibles tous les vendredis après-midi de 14 à 18 heures à la ferme. «Elles sont également vendues dans les magasins de producteurs dans un rayon de 10 à 15 kilomètres autour de la ferme du Tilloy. On est aussi en discussion avec les Gam vert et le caviste Nicolas.» affirme Julien Grégoire. La ferme du Tilloy est donc une exploitation qui produit de l'orge et du miscanthus. C'est une malterie avec une brasserie indépendante. La ferme produit de l'électricité photovoltaïque et elle a fait le choix, dans tous ses process de transformation, d'être autonome en énergie verte et écoresponsable. Quel exploit ! Santé !

Un site pour trouver partout une brasserie près de chez vous
Parce que cet été, les vacances seront différentes, c'est le meilleur moment pour sortir des sentiers battus. Tendance de fond initiée depuis quelques années, le tourisme local et patrimonial va connaître un véritable renouveau. Pourquoi ne pas partager une expérience avec un brasseur et soutenir la profession en même temps ?

Les Hauts-de-France comptent 131 brasseries en 2019 !

Il y a toujours une brasserie à proximité de son lieu de résidence ou de son lieu de vacances, ouverte à la visite du public pour faire découvrir les différentes étapes de fabrication de la bière. Chaque région a ses spécialités gastronomiques et la bière en fait évidemment partie ! Chaque brasseur possède un savoir-faire unique qui lui permet de proposer ses propres recettes créées avec des matières premières de qualité. Des matières premières (eau, orge malté, houblon, levure) naissent des milliers de recettes qui contribuent à la richesse et à la diversité du paysage brassicole français. C'est ce patrimoine et ce savoir-faire que proposent de partager les brasseurs en accompagnant le public sur leur site de production : découvrir les différentes variétés de houblon, les couleurs du malt, les techniques de fermentation, les meilleurs accords de leurs bières avec les produits de leur terroir.

En 2019, près d'un million de visiteurs ont franchi les portes d'une brasserie et ont ainsi pu se familiariser avec les techniques de fabrication de la bière, ainsi que son vocabulaire pour en parler : pétillance, amertume, astringence, douceur... déjà par les mots, tout un voyage ! Le site biere-tourisme.fr indique par région les différentes brasseries ouvertes au public, leurs coordonnées, leurs horaires d'ouverture, les animations et dégustations proposées. Cette année, les brasseurs se sont organisés pour accueillir le public en toute sécurité : respect de distanciation, port de masque, mise à disposition de gel hydroalcoolique à l'attention des visiteurs...

Tous droits réservés à l'éditeur

REUSSIR l'Oise Agricole

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire

Date : Du 07 au 14 aout 2020
Journaliste : Dorian Alinaghi

Magazine

Julien Grégoire fait d'une bière deux coups

BIÈRE

Julien Grégoire, jeune agriculteur à Thieux sur la ferme du Tilloy, fait partie des rares malteurs. Rigueur et précision sont les mots d'ordre de cet agriculteur pour produire une mousse paysanne, locale et verte.

Fin 2015-début 2016, Julien Grégoire est la sixième génération à s'installer dans la ferme familiale à Thieux, dans l'Oise. Cette ancienne ferme de l'abbaye de Beauvais d'une superficie de 300 hectares, produit blé, orge et betterave. Julien Grégoire a brassé plusieurs formations pour devenir agriculteur mais aussi spécialiste de la fabrication de la boisson houblonnée. *«J'ai suivi des études avec un BTS agricole à Genech, après le bac. J'ai continué en master en productions végétales et en industries agroalimentaires (PVIA) à l'UPJV d'Amiens. J'ai une formation scientifique orientée sur la sélection végétale avec des connaissances très élargies sur la microbiologie en général.»* explique-t-il.

Cependant, suite à la moisson catastrophique de 2016, Julien Grégoire a décidé de se diversifier pour amener une valeur ajoutée à l'exploitation. *«Cette moisson a marqué les esprits de tout le monde et j'espère que ça sera la dernière. Grâce aux modules à la fac, j'ai appris à brasser. Comme quoi, les études supérieures nous font aimer la bière* (rire). *Pendant mes stages, c'est un peu un concours de circonstances, j'ai rencontré des gens qui, durant leur temps libre, avaient la passion du brassage. Une chose en amenant une autre et à force d'être dans le sujet, il y a deux fils qui se sont connectés. Je me suis lancé à faire de la bière à la ferme.»* ajoute-t-il.

De la terre à la chope

La genèse du projet est formidable et donne une plus value à l'exploitation. Cependant, Julien Grégoire allait manquer de matière première et doit acheter les produits nécessaires à son projet. *«L'avantage, c'est que nous sommes semenciers et producteurs d'orge de brasserie. L'étape de la malterie manque,* précise-t-il. *Du coup, on a déroulé un projet malterie en voulant un produit 100 % fermier. Le marché de la brasserie est en pleine expansion, il faut avoir sa marque de fabrique, sa valeur ajoutée pour sortir du lot. Il y a tellement de richesse dans ce milieu et pour faire la différence, il faut exceller dans la rigueur et l'hygiène.»* poursuit-il. Le seul produit qu'achète Julien Grégoire est le houblon d'Alsace, provenant d'une coopérative. Il cherche dans ce produit le goût du terroir indétrônable alsacien pour donner le goût tant recherché dans une bière.

De la bricole, de la débrouille et de l'huile de coude

Il aménage une brasserie de 80 m² dans une ancienne bergerie. Il investit dans une cuverie pour produire 110 litres de bière par jour. *«Pour la fabrication, j'étais assez autodidacte. C'est un processus qui existe depuis des milliers d'années et avec les tutoriaux, les forums sur internet, on peut apprendre à faire de la bière assez simplement»* indique Julien Grégoire. Il décide de lancer sa propre production de malt, une activité que les agriculteurs pratiquent rarement du fait de sa complexité.

Cette étape consiste à faire germer le grain par trempage dans l'eau et arrêter ensuite sa croissance par un passage au four à haute température (jusque 300°C). Le jeune agriculteur a confectionné ses propres outils, mais il a également acquis un four venant de la MAP France (société de four de boulangerie). *«Ils ont accepté de travailler avec nous et de modifier totalement leur four de boulanger. Celui-ci n'est plus capable de cuire la moindre baguette, mais il est capable de faire du malt avec un logiciel totalement adapté. C'est plus dur de faire un bon malt que faire de la bonne bière.»* détaille-t-il.

Un nouveau hangar de 180 m² avec une nouvelle unité de production va faire surface dans l'année. L'objectif de base pour ce jeune agriculteur est d'atteindre 10.000 litres : *«l'an dernier, on a produit 7.000 l»* ajoute-t-il.

Il a décidé d'investir dans un outil de fabrication de 1.000 l avec deux cuves de brassage et une cuve tampon de 1.200 l pour rationaliser la production. L'étiquetage et l'embouteillage seront totalement automatisés. En période de croisière, il souhaite passer à 20.000 litres.

Bière qui mousse amasse la foule

Julien Grégoire s'occupe seul de la brasserie et de la malterie. *«Je ne dis jamais non au petit coup de main* (rire), *surtout quand il faut faire l'embouteillage, les capsules ou remplir les bouteilles.»* Sans le soutien des autres associés, ses parents, la brasserie n'existerait pas : *«je ne pouvais pas gérer les 300 hectares de l'exploitation et la brasserie à moi tout seul»*. C'est un travail de tous les instants. À la moisson, il sélectionne l'endroit le plus adéquat dans le champ pour ses grains. Dorénavant, il assemble son malt, le houblon, la levure, l'eau, brasse et déguste sa bière. Ce jeune agriculteur produit sept malts différents. Blonde, ambrée ou brune, la *Tils'Oise* sait se décliner pour le plaisir de chacun. Sinon, laissez vous tenter par la *Rhino cirrhose*. Cette boisson n'est pas fatale, bien au contraire, elle est plutôt destinée à être servie en bar, grâce à son côté très rafraîchissant. Selon Julien Grégoire, une bonne bière est une boisson *«qui donne envie d'en ouvrir une autre. Il faut qu'elle soit savoureuse, généreuse et rafraîchissante. Ce que l'on va retrouver dans nos bières, c'est le goût du malt. Le goût de la céréale va prédominer les aromatiques de la Tils'Oise. Je travaille donc moins le houblon et la levure.»* précise-t-il.



Julien Grégoire commercialise à partir de 2,5 € en 33 cl. Un prix qu'il a fixé afin de pouvoir se rémunérer. L'entrepreneur vend aussi son malt (en 1 et 25 kg) aux passionnés qui brassent dans leur cuisine ou à de petites brasseries sur son site internet : www.ferme-du-tilloy.fr

Il insiste pour garder son statut d'agriculteur, la brasserie est une activité annexe à la ferme, avec tout de même de la création d'emplois. Il a des idées : les prochaines bières seront produites sans émission de CO_2 grâce au miscanthus. Le résultat, ce sont des petits copeaux de paille qui serviront de combustible dans une chaufferie biomasse. L'avantage du miscanthus vient de sa capacité à capter du CO_2 lors de sa croissance. Lors de sa combustion, il va rejeter autant de CO_2 que celui capté. Ce qui produit une énergie des plus propres. Le miscanthus, c'est de l'énergie à l'état pur, 4,2 kw/kg de matière. Une tonne de matière représente plus de 400 litres de fuel domestique, sans la problématique pollution du fuel !

On peut retrouver ces bières tous les premiers vendredis du mois sur le marché du terroir de Saint-Just-en-Chaussée, tous les premiers samedis matin sur le marché du terroir devant la mairie de Breteuil. Sinon, elles sont disponibles tous les vendredis après-midi de 14 à 18 heures à la ferme. *«Elles sont également vendues dans les magasins de producteurs dans un rayon de 10 à 15 kilomètres autour de la ferme du Tilloy. On est aussi en discussion avec les Gam vert et le caviste Nicolas.»* affirme Julien Grégoire. La ferme du Tilloy est donc une exploitation qui produit de l'orge et du miscanthus. C'est une malterie avec une brasserie indépendante. La ferme produit de l'électricité photovoltaïque et elle a fait le choix, dans tous ses process de transformation, d'être autonome en énergie verte et écoresponsable. Quel exploit ! Santé !

Dorian Alinaghi

Un site pour trouver partout une brasserie près de chez vous

Parce que cet été, les vacances seront différentes, c'est le meilleur moment pour sortir des sentiers battus. Tendance de fond initiée depuis quelques années, le tourisme local et patrimonial va connaître un véritable renouveau. Pourquoi ne pas partager une expérience avec un brasseur et soutenir la profession en même temps ?

Les Hauts-de-France comptent 131 brasseries en 2019 !

Il y a toujours une brasserie à proximité de son lieu de résidence ou de son lieu de vacances, ouverte à la visite du public pour faire découvrir les différentes étapes de fabrication de la bière. Chaque région a ses spécialités gastronomiques et la bière en fait évidemment partie ! Chaque brasseur possède un savoir-faire unique qui lui permet de proposer ses propres recettes créées avec des matières premières de qualité. Des matières premières (eau, orge malté, houblon, levure) naissent des milliers de recettes qui contribuent à la richesse et à la diversité du paysage brassicole français. C'est ce patrimoine et ce savoir-faire que proposent de partager les brasseurs en accompagnant le public sur leur site de production : découvrir les différentes variétés de houblon, les couleurs du malt, les techniques de fermentation, les meilleurs accords de leurs bières avec les produits de leur terroir.

En 2019, près d'un million de visiteurs ont franchi les portes d'une brasserie et ont ainsi pu se familiariser avec les techniques de fabrication de la bière, ainsi que son vocabulaire pour en parler : pétillance, amertume, astringence, douceur... déjà par les mots, tout un voyage ! Le site biere-tourisme.fr indique par région les différentes brasseries ouvertes au public, leurs coordonnées, leurs horaires d'ouverture, les animations et dégustations proposées. Cette année, les brasseurs se sont organisés pour accueillir le public en toute sécurité : respect de distanciation, port de masque, mise à disposition de gel hydroalcoolique à l'attention des visiteurs...

Tous droits réservés à l'éditeur

ForumEco

Date : 03/08/2020
Heure : 17:52:31
Journaliste : Alexandre Wibart

forumeco.fr
Pays : France
Dynamisme : 2

Visualiser l'article

Stéphane Lacrampe Guider les PME dans la tempête



Cet ancien cadre dirigeant a créé Prom Stratégie en 2019 pour venir en aide aux entreprises en difficulté. Il veut utiliser son expérience pour prouver que tout est possible et qu'il n'y a pas de fatalité.

«Il ne faut pas que les entreprises désespèrent, il y a des choses à faire ! » Malgré une conjoncture économique délicate, et des perspectives inquiétantes, Stéphane Lacrampe est résolument optimiste. Cet ancien dirigeant et directeur des affaires financières (DAF) de différentes sociétés, qui connaît pourtant bien la réalité des chiffres, refuse de se laisser abattre et mise sur les compétences et la stratégie. « *Dans mon parcours, je n'ai jamais vu une entreprise qui n'avait pas de leviers internes pour s'en sortir.* » C'est l'avis d'un spécialiste, qui vient de créer sa première société, PROM Stratégie, et dont l'objet est justement d'aider les entreprises défaillantes. Un créneau qui risque malheureusement d'être à la mode dans les prochains mois. « *Ce n'est pas de l'opportunisme, la société a été créée il y a plus d'un an* », assure par ailleurs son jeune

Tous droits réservés à l'éditeur

patron. L'idée, qui met en mouvement son expérience, son envie et ses compétences, a germé il y a plusieurs années dans son esprit. C'est la résultante d'un parcours logique, où chaque étape s'est imposée peu à peu.

Né à Beauvais en 1972, d'une mère picarde et d'un père gersois, le futur dirigeant de PROM Stratégie a grandi entre le Sud-Ouest et le Nord. Au début des années 1990, il opte pour Rouen et s'inscrit à l'IAE en maîtrise des sciences et techniques comptables et financières. « *C'est une des voies qui mène à l'expertise comptable. Je connaissais un chef d'entreprise qui me disait que l'expert-comptable était son bras droit, et j'en ai rencontré plusieurs pendant des jobs d'été. J'ai pu discuter avec eux, cela m'a plu.* » Mais Stéphane Lacrampe s'arrête avant d'obtenir cette qualification professionnelle : il a envie d'aller sur le terrain, en entreprise. Avant cela, il reste une étape à franchir. Maîtrise en poche, il part à l'armée.

Après le service militaire qu'il fait à Toulouse, il commence à chercher du boulot et intègre la SA Nicolas, une PME qui fait du négoce de vin et fournit notamment le célèbre réseau de cavistes Nicolas. Engagé comme directeur administratif et financier (DAF), il contribue à faire grandir l'entreprise. En quelques années, la petite société locale se diversifie et se développe à l'international. Mis en confiance par ses responsables, dont Michel Carrère, actuel coprésident de l'interprofession des vins du Sud-Ouest, Stéphane Lacrampe s'épanouit. Il est notamment envoyé à Bristol, en Angleterre, pour monter une agence. « *Avec la SA Nicolas, j'ai appris à pratiquer tous les leviers de la finance, j'étais au cœur des décisions. J'étais une force de proposition, et j'étais près du terrain. Cela correspondait à ce que je voulais faire avec mes études.* »

Cette première expérience réussie dure 10 ans. Le jeune DAF ressent le besoin de changer et, en 2007, prend la décision de quitter son premier employeur, sans trop savoir où aller. Il rejoint rapidement AC2D, une société spécialisée dans la location de bâtiments modulaires et basée également dans la Ville rose. Il y apprend le management, en prenant la direction de l'usine de fabrication de modules, quelques mois après son arrivée en poste.

En 2011, Stéphane Lacrampe souhaite franchir un cap et prendre les rênes d'une PME. Après un premier projet qui n'aboutit pas, il rebondit à Montauban et devient le directeur de Bouyer, une entité spécialisée dans la sonorisation de lieux recevant du public. « *Quand j'arrive, l'entreprise s'effondre. Un retard colossal est accumulé. Depuis 10 ans, il y a très peu de développement, et pas d'évolution technique et technologique.* » Le challenge est énorme, mais cela tombe bien, Stéphane Lacrampe aime cela. Il a 39 ans, déjà pas mal d'expérience, de l'enthousiasme et par chance, une bonne équipe. « *J'étais entouré de collaborateurs qui voulaient s'en sortir, et qui connaissaient bien leurs métiers. Il manquait juste une vision.* »

Soutenu par le groupe propriétaire de l'entreprise, et par les 60 salariés, il remet tout à plat, développe l'aspect commercial, l'implantation locale, et redresse le navire. Il réussit là ou différents repreneurs ont échoué. « *C'était un travail colossal, je bossais le samedi et le dimanche. Je travaillais parfois 18 à 20 heures par jour. On touchait aux limites du raisonnable.* »

En 2018, après sept ans à la tête de Bouyer, Stéphane Lacrampe décide de passer la main, pour profiter de sa famille et se mettre à son compte. En avril 2019, à Campsas au sud de Montauban, il lance sa société de retournement, PROM Stratégie, pour soutenir les TPE et PME en difficulté, mais aussi proposer des services externalisés dans les domaines administratif et de gestion. « *C'est la synthèse de mes 22 années d'expérience. Ce que j'aime le plus dans le métier de DAF ou de DG, c'est d'être sur le terrain, avec les équipes, et trouver comment faire pour s'en sortir. Et puis j'aime l'adrénaline* »

Quel est le secret de ce quadragénaire qui a quelques beaux sauvetages à son actif ? À cette question, Stéphane Lacrampe sourit. « *On ne fait pas de miracle. Il faut réoxygéner la trésorerie, regarder tous les*

Tous droits réservés à l'éditeur

leviers de l'entreprise, comme les encours clients, voir avec les fournisseurs, le Trésor public, l'Urssaf, etc. C'est toute une méthode, un ensemble d'outils. »

Fort d'un bon réseau professionnel, le patron de PROM Stratégie a fait de bons débuts en tant qu'indépendant. Un peu plus d'un an après son lancement, il vient de s'associer avec Sylvie Condaminas, spécialiste du changement en entreprise et de la vision stratégique. L'objectif est de devenir la société de retournement référente pour les PME et les TPE dans le Tarn-et-Garonne. Il risque d'y avoir du pain sur la planche à moyen terme, notamment avec les sous-traitants de l'aéronautique, secteur déjà fortement impacté par la crise liée au Coronavirus. Pour les aider, Stéphane Lacrampe a déjà des idées. « *Il y a beaucoup de compétences dans ces entreprises. Il faudra voir vers quoi les orienter, chercher des opportunités sur d'autres marchés* », conclut-il.

Parcours
1972 Naissance à Beauvais (60)
1995 Valide une mai#trise des sciences et techniques comptables et financières. En décembre, part à l'armée
1997 Est embauché en tant que directeur administratif et financier (DAF) par la SA Nicolas, qui fait du négoce de vin dans la région de Toulouse. L'entreprise se développe à l'international, il est chargé de monter un bureau à Bristol, au Royaume-Uni
2007 Rejoint le groupe AC2D à Toulouse, là encore en tant que DAF
2011 Prend la direction de Bouyer, à Montauban. Il parvient à redresser cette entreprise qui était mal en point à son arrivée.
2018 « Rincé », mais satisfait de la situation de l'entreprise, il quitte Bouyer
2019 En avril, lancement de PROM Stratégie
2020 En juin, il s'associe avec Sylvie Condaminas

Tous droits réservés à l'éditeur

■ SUD RADIO (02/08/20 à 12:30 | 00:27:33) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

SEPTEMBRE 2020



Omnicom Public Relations Group



PRODUITS

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Cuisine et Vins de France
Pays : FR
Périodicité : Bimestriel
OJD : 119895





Date : Septembre - octobre 2020
Page de l'article : p.84-87

UNE SEMAINE EN CUISINE

PAS FACILE DE TROUVER CHAQUE JOUR DES IDÉES POUR CUISINER. VOICI DES RECETTES FACILES ET ORIGINALES POUR DES REPAS SAVOUREUX ET UNE RENTRÉE PLEINE DE GOURMANDISE.

Salade de pommes de terre au saumon et concombre

POUR 6 PERS I PRÉPARATION 15 MIN CUISSON 20 MIN I FACILE I BON MARCHÉ

• 2 pavés de saumon frais • 800 g de petites pommes de terre de Noirmoutier • 100 g de salade de jeunes pousses • 1/2 concombre • 12 tomates cerises • Quelques pickles d'oignon rouge • 10 brins de ciboulette

POUR LA VINAIGRETTE : • 6 c. à soupe d'huile de tournesol • 2 c. à soupe de vinaigre de Xérès • 40 g de sauce d'huître • 2 c. à soupe de sauce soja • 2 c. à soupe de citron vert • 1 filet d'huile d'olive • Fleur de sel de l'île de Noirmoutier

1. Ciselez la ciboulette.

2. Préparez la vinaigrette. Dans un bol, mélangez l'huile de tournesol et le vinaigre. Ajoutez la sauce d'huître, la sauce soja, le jus de citron vert et un peu de ciboulette ciselée. Réservez.

3. Lavez, épépinez et coupez le concombre en dés.

4. Découpez le saumon en cubes. Déposez le concombre et le saumon dans la vinaigrette pour qu'ils marinent.

5. Lavez les pommes de terre et coupez-les en deux si nécessaire. Faites-les rissoler pendant 4 à 5 min à feu vif dans une poêle avec un peu d'huile d'olive. Salez et poivrez. Poursuivez la cuisson à couvert sur feu doux pendant 10 à 12 min jusqu'à ce qu'elles soient bien dorées.

6. Dans un saladier, déposez tous les ingrédients et mélangez. Ciselez dessus de la ciboulette juste avant de déguster.

La noirmoutier.

NOTRE BON ACCORD
Sea edition, Petit chablis, William Fèvre.
Cépage : chardonnay.
On détourne ce chablis du homard qu'il pourrait accompagner comme un pied de nez pour cette recette plus « rustique ». Dans la ligne de son terroir, il allie souplesse et fraîcheur. *17 €, caviste.*

Tous droits réservés à l'éditeur

Cuisine et Vins de France
Pays : FR
Périodicité : Bimestriel
OJD : 119895

Date : Septembre - octobre 2020
Page de l'article : p.84-87



NOTRE BON ACCORD
Mâcon-village, Domaine de la Croix Salain 2018, cave de Lugny.
Cépage : chardonnay.
Élaboré par le premier producteur de vins de bourgogne, une cuvée biologique et vinifiée sans sulfites à la bouche délicate et fruitée. Une finale vive et acidulée, parfaite pour aller avec cette entrée. *10 €, chez Nicolas.*

Foodsaver

Salade de semoule, poulet, légumes et pesto

POUR 4 PERS. I PRÉPARATION 15 MIN I CUISSON 15 MIN

• 2 filets de poulet • 300 g de tomates cerises • 180 g de semoule • 3 c. à soupe de pesto • 1 c. à soupe de miel • 1 poignée de noix de cajou grillées • Le jus d'1/2 citron • Sel • Poivre

1. Portez une petite casserole d'eau salée à ébullition. Versez la semoule dans un saladier et versez l'eau à hauteur. Laissez gonfler 5 min avant d'égrainer. Laissez complètement refroidir.
2. Faites chauffer un peu de matière grasse dans une poêle et faites cuire sur feu moyen les filets de poulet. Les faces doivent être colorées. Salez, poivrez. Au moment de retourner les filets, ajoutez le miel.
Laissez les filets de poulet cuits refroidir et coupez-les en fines tranches.
Lavez les tomates cerises et coupez-les en 4. Concassez grossièrement les noix de cajou. Mélangez le pesto à la semoule.
3. Ajoutez le poulet, les tomates, les noix de cajou et arrosez du jus de citron. Mélangez bien.



NOTRE BON ACCORD
Sancerre pinot noir rosé Fournier Père & fils.
Cépage : pinot noir.
Un rosé de gastronomie qui en a dans le moteur. Un nez de fruits rouges acidulé. Puissant, fruité, et expressif, il va porter la recette jusqu'au bout. *14,50 €. À la propriété et en ligne.*

Recette et stylisme Annelyse Chardon, photo Julie Méchali, Ciel.

Maquereaux masala

POUR 4 PERS. I PRÉPARATION 30 MIN I CUISSON 10 MIN I FACILE I BON MARCHÉ

• 4 maquereaux vidés • 1 citron jaune • 1 yaourt liquide • 3 c. à soupe de curry • 2 c. à soupe d'huile • Sel
POUR LA SAUCE AU YAOURT : • 2 yaourts liquides • 1/2 bouquet de coriandre • 1 citron vert • 2 cébettes
POUR LA SALADE : • 500 g de pois chiche en boîte • 1 citron vert • 1 oignon rouge • 1/2 bouquet de coriandre• 1 c. à café de curry en poudre

1. Pressez le jus du citron jaune et mélangez-le avec le yaourt, le curry, l'huile et le sel. Découpez trois entailles sur chaque côté des poissons et enrobez-les de cette marinade en insistant bien au niveau des entailles.
Laissez mariner 30 min.
2. Préparez la sauce en mixant le yaourt avec la coriandre, les cébettes, le zeste et le jus de citron vert. Salez et poivez.
3. Rincez et égouttez les pois chiches. Mélangez-les avec l'oignon rouge émincé, les feuilles de coriandre hachées, l'huile, le curry, le jus et les zestes du citron vert.
4. Faites cuire les maquereaux sur une plaque dans le four préchauffé à 200 °C pendant 15 min ou à la poêle 5 min de chaque côté.
5. Servez les poissons avec la salade et la sauce au yaourt.

Tous droits réservés à l'éditeur

Cuisine et Vins de France

Pays : FR
Périodicité : Bimestriel
OJD : 119895

Date : Septembre - octobre 2020
Page de l'article : p.84-87



NOTRE BON ACCORD
Arbois-pupillin, Domaine Désiré Petit, L'essen'ciel 2017.
Cépage : savagnin.
Le cépage vinifié ici en blanc traditionnel apporte toute son expression au vin mêlant arôme de noisettes, et caractère pour équilibrer la sauce au fromage.
13 €, au domaine et en ligne.

Gnocchis maison au fromage

POUR 4 PERS I PRÉPARATION 20 MIN I CUISSON 35 MIN I FACILE I BON MARCHÉ

• 100 g de lardons • 400 g de purée de pomme de terre • 4 gousses d'ail • 1 échalote • 2 c. à soupe de noisettes grillées et concassées • 5 brins de persil • 125 g de cancoillotte • 100 g de bleu d'Auvergne • 10 cl de lait • 50 g de beurre • 1 jaune d'œuf • 100 g de farine • 10 cl de vin blanc • 1 c. à soupe d'huile d'olive • Sel • Poivre

1. Aplatissez la purée sur un plan de travail fariné. Ajoutez le jaune d'œuf battu, puis saupoudrez de 100 g de farine et salez. Mélangez. Farinez le plan de travail pour éviter que la pâte ne colle et formez deux boudins de 18 cm. Coupez des tranches de 1 cm. Recoupez chaque tranche en deux et formez des gnocchis de 3 cm. Disposez-les au fur et à mesure sur un plat fariné.

2. Émincez l'échalote et faites-la revenir avec les lardons dans 20 g beurre. Versez le vin blanc, portez à ébullition et laissez réduire de moitié. Ajoutez la cancoillotte, le bleu d'Auvergne coupé en dés et le lait. Poivrez, mélangez et arrêtez la cuisson quand les fromages sont fondus.

3. Portez une large casserole d'eau salée à ébullition et plongez-y les gnocchis pour 2 min de cuisson. Égouttez.

4. Faites chauffer une grande poêle avec 30 g de beurre, l'huile, les noisettes et les gousses d'ail en chemise, ajoutez les gnocchis et faites-les dorer 2 min de chaque côté. Disposez-les dans les assiettes avec la sauce et ajoutez le persil haché.



NOTRE BON ACCORD
AOP Languedoc, Domaine de Nizas Le Clos 2018.
Cépages : 60 % syrah, 20 % grenache, 15 % mourvèdre, 5 % carignan. On dirait le Sud... et pourquoi pas faire l'accord d'une recette asiatique avec un vin du Sud, fruité et épicé, les cépages qui le composent lui apportent la fraîcheur et la douceur nécessaire pour faire ami-ami avec le plat. *9,90 € cavistes.*

Yakitori de bœuf et coleslaw

POUR 4 PERS. I PRÉPARATION 15 MIN I CUISSON 2 MIN I FACILE I ABORDABLE

• 12 tranches de carpaccio de bœuf • 75 g de comté • 70 g d'emmental • 12 piques à brochettes • 1 filet d'huile d'olive • POUR LA MARINADE : • 1 citron vert • 4 c. à soupe de sauce soja • 3 c. à soupe de miel • 2 c. à café de crème de vinaigre balsamique • 1 c. à soupe d'huile de sésame • Quelques grains de sésame doré
POUR LE COLESLAW : • 400 g de chou blanc • 1 carotte • 50 g de fromage blanc • 50 g de mayonnaise • 1 c. à café de vinaigre de Xérès • Quelques brins de persil • Sel • Poivre du moulin

1. Préparez le coleslaw. Lavez et épluchez la carotte. Râpez-la avec le chou blanc.

2. Mélangez le fromage blanc et la mayonnaise. Ajoutez le vinaigre et le persil ciselé. Salez et poivrez. Versez le mélange sur les légumes râpés et enrobez-les et réservez-les au frais.

3. Préparez les yakitoris. Pressez le jus de citron. Dans un bol, mélangez la sauce soja, le miel, le jus de citron vert, la crème de vinaigre balsamique et l'huile de sésame. Réservez.

4. Taillez des bâtonnets de comté et d'emmental d'environ 7 cm de long sur 1 cm de large. Piquez les bâtonnets de comté à l'aide des petits piques à brochettes. Déposez un bâtonnet d'emmental à côté d'un bâtonnet de comté et enroulez-les dans une tranche de carpaccio. Roulez délicatement les brochettes dans la marinade pour les enrober. Laissez mariner quelques minutes.

5. Faites cuire les brochettes dans une poêle bien chaude avec un filet d'huile d'olive pendant 1 min environ de chaque côté. Arrosez du reste de marinade. Et poursuivez la cuisson jusqu'à ce que les fromages soient bien fondus.

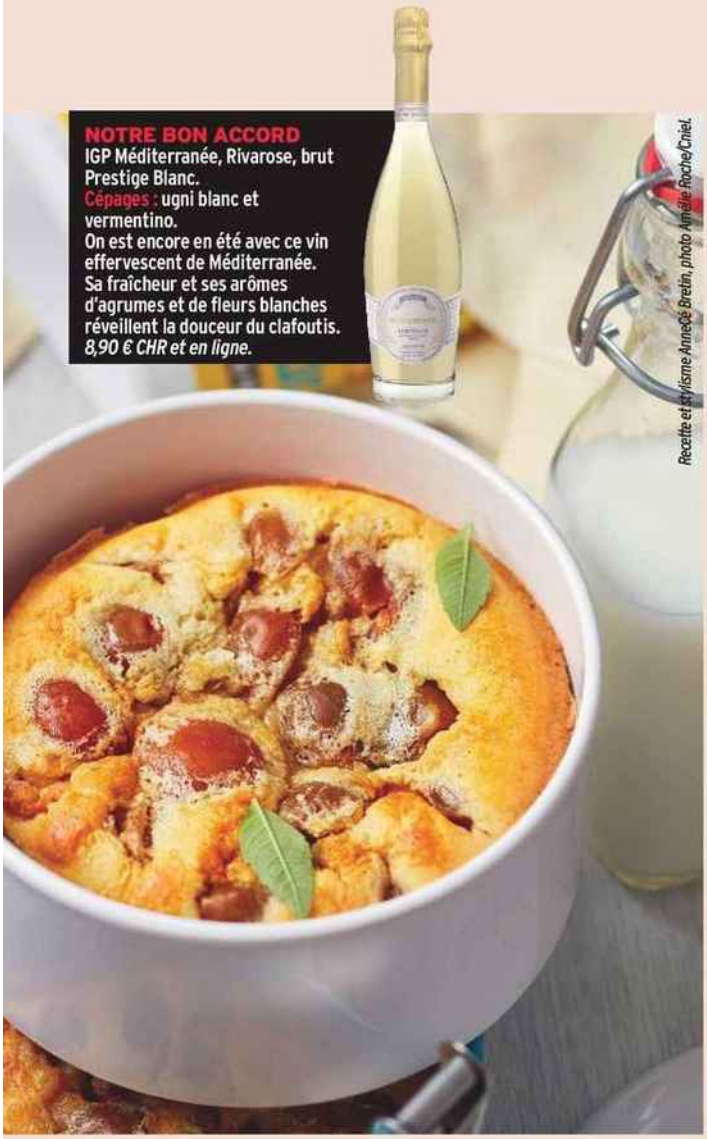
6. Saupoudrez de graines sésame avant de servir. Dégustez vos yakitoris avec le coleslaw.



Recette et stylisme Anne-Cé Bretin, photo Amélie Roche/Chiel.

Tous droits réservés à l'éditeur

Cuisine et Vins de France
Pays : FR
Périodicité : Bimestriel
OJD : 119895
Date : Septembre - octobre 2020
Page de l'article : p.84-87



NOTRE BON ACCORD
IGP Méditerranée, Rivarose, brut Prestige Blanc.
Cépages : ugni blanc et vermentino.
On est encore en été avec ce vin effervescent de Méditerranée. Sa fraîcheur et ses arômes d'agrumes et de fleurs blanches réveillent la douceur du clafoutis.
8,90 € CHR et en ligne.

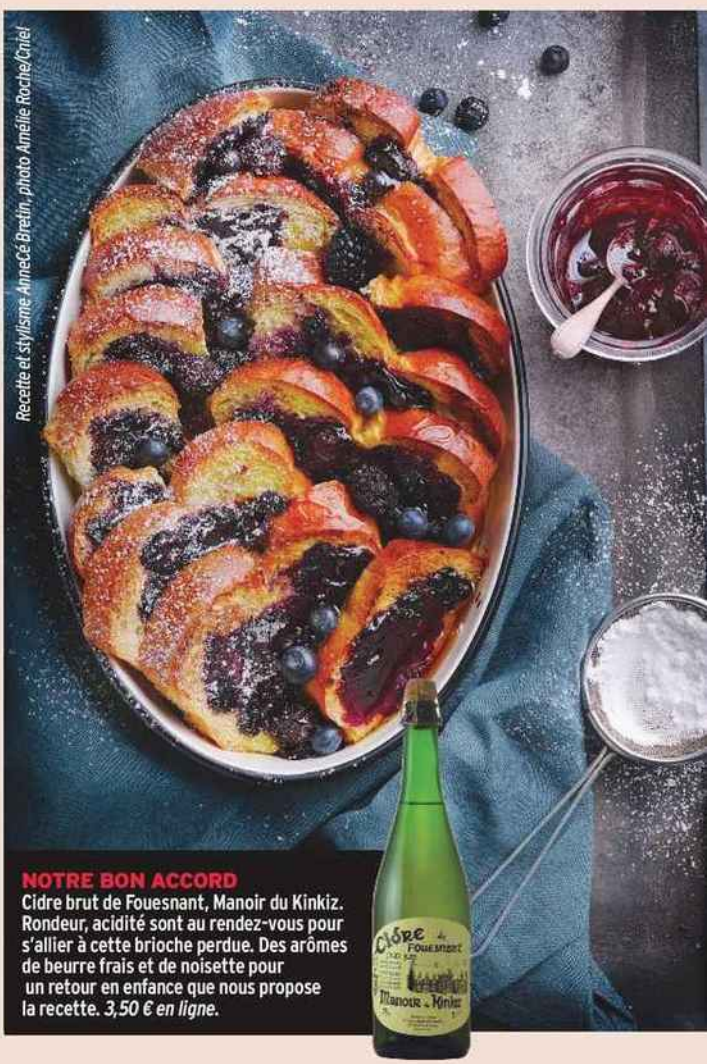
Recette et stylisme Annecé Bretin, photo Amélie Roche/Cniel.

Clafoutis de mirabelles à la verveine

POUR 4 PERS. I PRÉPARATION 15 MIN I CUISSON 30 MIN I FACILE I BON MARCHÉ

• 500 g de mirabelles • 20 cl de lait • 20 cl de crème liquide • 30 g de beurre et un peu pour les moules • 4 œufs • 150 g de farine • 120 g de sucre en poudre • 1 sachet de levure chimique • 1 sachet de sucre vanillé • Quelques feuilles de verveine • 1 pincée de sel

1. Préchauffez le four à 210 °C. Lavez les fruits et dénoyautez-les. Essuyez-les.
2. Faites fondre le beurre dans une casserole. Dans un saladier, fouettez le sucre avec le beurre et les œufs en les ajoutant un à un.
3. Ajoutez la farine, la levure, le sel et le sucre vanillé.
4. Ciselez les feuilles de verveine et ajoutez-les au mélange avec le lait et la crème. Fouettez pour que le mélange soit bien lisse.
5. Beurrez des moules individuels. Répartissez les mirabelles à l'intérieur et versez dessus la pâte à clafoutis. Enfournez. Au bout de 5 min, baissez la température du four à 180 °C et continuez la cuisson encore 20 min.



Recette et stylisme Annecé Bretin, photo Amélie Roche/Cniel.

NOTRE BON ACCORD
Cidre brut de Fouesnant, Manoir du Kinkiz. Rondeur, acidité sont au rendez-vous pour s'allier à cette brioche perdue. Des arômes de beurre frais et de noisette pour un retour en enfance que nous propose la recette. *3,50 € en ligne.*

Brioche perdue aux fruits de saison

POUR 4/6 PERS. I PRÉPARATION 15 MIN I CUISSON 35 MIN I FACILE I ABORDABLE

• 250 g de fruits noirs (mûres, myrtilles) • 1/2 citron • 30 cl de lait • 3 œufs • 1 brioche rassise de la veille • 100 g de sucre à confiture • 30 g de sucre

1. Mettez les fruits dans une casserole avec le sucre à confiture et le jus du 1/2 citron. Portez à ébullition et laissez cuire 10 min environ jusqu'à avoir la consistance d'une confiture. Laissez tiédir.
2. Découpez la brioche en tranches et tartinez-les de préparation aux fruits. Disposez-les dans un plat à four.
3. Fouettez les œufs avec le sucre et le lait. Versez sur les tranches de brioches et laissez reposer 20 min. Pendant ce temps, préchauffez le four à 160 °C.
4. Faites cuire la brioche perdue pendant 20 min au four, laissez tiédir et servez saupoudrée de sucre glace.
Conseil: essayez cette recette avec d'autres fruits comme les prunes. C'est aussi une excellente façon de finir vos vieux pots de confiture!

Tous droits réservés à l'éditeur



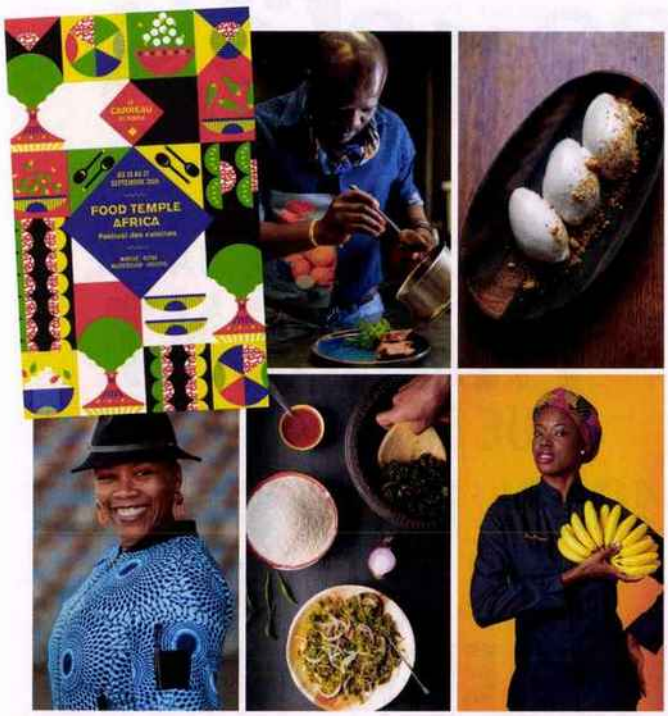


CHAUD

Au bal, au bal masqué...?

À l'heure où nous mettons sous presse, tous ces acteurs du monde de la food annoncent des événements alléchants. Sortira, sortira pas? On croise les doigts. TEXTE **LOUISE MIRANDE.**

>>> FESTIVALS **ET MASTER CLASS**



Saga africa

La culture culinaire africaine est à l'honneur cette année pour la 5e édition de **Food Temple Africa**. Au programme, un marché de producteurs et d'artisans, un brunch dominical, des ateliers et des master class pour découvrir astuces et secrets de chefs. Mais aussi des films, des rencontres, des photographies qui célébreront le continent africain. Des figures emblématiques de cette cuisine trop souvent dans l'ombre mettront l'Afrique à l'honneur: Pierre Siewe, Georgiana Viou, Anto Cocagne et bien d'autres... **FOOD TEMPLE AFRICA du 25 au 27 septembre. Le Carreau du Temple. 4, rue Eugène Spuller, Paris, 3e.**



Faim d'Omnivore

La **15e édition d'Omnivore** aura lieu au parc floral de Paris avec les grands rendez-vous qui ont fait son succès: les démonstrations culinaires par des invités talentueux, des découvertes et un style inimitable... **DU 12 AU 15 EPTEMBRE. OMNIVORE.COM**



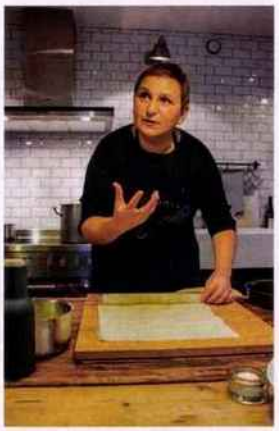
Les journées du Café

C'est une semaine de fête consacrée à la découverte d'une filière qui mobilise les professionnels de la cerise (de café) à la tasse... Les bars et torréfacteurs participants proposent dégustations et ateliers. **Du 28 septembre au 3 octobre. Collectifcafe.fr/les-journees-du-cafe**



La bière se fait mousser

La 4e édition du **Mondial de la Bière** se joint au festival Omnivore **du 11 au 13 septembre 2020**. Et si vous avez manqué l'événement... rendez-vous au **Paris Beer Festival**, qui rassemblera **du 3 au 9 octobre** les microbrasseurs indépendants et les amateurs de craft beer à Paris.



Tout pour la coquille

Sonia Ezgulian, cuisinière et auteure, et **Alessandra Pierini**, épicière et auteure, proposeront des master class les **28 et 29 novembre** à Port-en-Bessin pour célébrer la coquille saint-jacques de Normandie. Un cours, un déjeuner, une rencontre... **LESFILLESDUBORDDEMER.COM**

Tous droits réservés à l'éditeur

>>> ÇA COOL **À FLOTS !**



Un Ricard aux fruits, sinon rien

La famille des pastis Ricard s'agrandit avec une version fruitée bio au citron, fraîche et acidulée, et une version fruitée bio aux amandes, douce et rafraîchissante. Allez, c'est encore un peu l'été ! **25 € LES 70 CL CHEZ NICOLAS.**

Il n'en restera pas une goutte

Hédène s'est associé à La Chambre aux Confitures pour donner naissance à une confiture au miel d'exception. Mention spéciale pour la poire et miel de tilleul, irrésistible… **9 € LE POT DE 200 G DANS LES BOUTIQUES LA CHAMBRE AUX CONFITURES.**





Limonade pour les grands

LEUR PETIT NOM ? HARD SELZER ! CE SONT DES EAUX GAZEUSES FAIBLEMENT ALCOOLISÉES (4 À 6 °). LA DÉFERLANTE D'ORIGINE AMÉRICAINE ARRIVE EN FRANCE AVEC **FEFE**, **NATZ** ET **OPÉAN**. TENTEZ, ÇA POURRAIT VOUS PLAIRE…



Vinaigre à boire

Et oui, le vinaigre, ça se boit… pour améliorer la digestion, détoxifier et renforcer le système immunitaire. **Lima** a lancé une gamme à la pomme, au gingembre-curcuma et à la grenade. **À PARTIR DE 3,10 € LES 50 CL.**

Tous droits réservés à l'éditeur



PRODUITS

LES PETITES RECOLTES

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

DÉCISION BOISSONS
La Lettre business des décideurs du monde des liquides

Date : 01/09/2020
Heure : 08:20:49

decisionboissons.fr
Pays : France
Dynamisme : 1

Visualiser l'article

Vin | Une nouvelle gamme HVE pour les « Petites récoltes » de Nicolas

Pour les 25 ans de sa marque, Nicolas a lancé cet été une nouvelle gamme des « Petites Récoltes », vendue en exclusivité dans son réseau de magasins et sur nicolas.com . Les 8 références possèdent la certification HVE1 et sont écoconçues. Disposant toutes de l'IGP, elles sont issues de différentes régions : Pays d'Oc, Coteaux de Peyriac, Comté Tolosan et Côtes de Gascogne. Prix : 4,50 € TTC sur toute la collection (75 cl).

Tous droits réservés à l'éditeur



PRODUITS

FAV

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

www.ohmymag.com
Pays : France
Dynamisme : 16

Visualiser l'article

Foire aux vins : les bons plans pour les meilleures bouteilles (LIDL, Intermarché...)

La foire aux vins est enfin là ! Découvrez comment profiter de cet évènement pour dénicher les meilleures bouteilles à prix cassé !

La foire aux fins est le grand rendez-vous annuel pour tous les amateurs de vins . Durant cette période qui a toujours lieu au début du mois de septembre jusqu'au mois d'octobre, les magasins et cavistes proposent des bouteilles issues de nombreuses régions à des prix accessibles. En clair, c'est le moment où jamais de faire des bonnes affaires et de vous constituer une jolie petite cave pour vous régaler.

Comment préparer la foire aux vins ?
La foire aux vins est le moment parfait pour remplir votre cave avec des bouteilles à prix doux. Voici quelques conseils pour faire le bon choix et ne pas rater les bons plans, que ce soit pour le vin rouge, rosé ou blanc :

N'hésitez pas à **vous renseigner à l'avance** sur les bouteilles qui seront disponibles à l'occasion de la foire aux vins. Vous pouvez vous renseigner directement sur le site du commerçant et repérer les bouteilles susceptibles de vous plaire ou demander à votre entourage leurs petits coups de coeur en matière de vin.
Fixez-vous un budget à ne pas dépasser, cela vous permettra de cibler une catégorie de prix et de ne pas vous éparpiller. Par exemple, vous pouvez vous dire jusqu'à 10 euros pour une bouteille de rouge et 8 euros pour les blancs et les rosés.
Ne tardez pas à acheter les bouteilles, les meilleurs vins feront l'objet de rupture de stock très vite. Il ne faut donc pas hésiter à vous rendre dès les premiers jours en magasins ou sur les sites pour profiter des meilleures promotions (voire à la première heure !).
Laissez-vous surprendre par des vins que vous ne connaissez-pas. En effet, la foire aux vins est le moment idéal pour acheter vos crus préférés à prix réduits, mais c'est aussi l'occasion rêvée pour faire de belles découvertes.
Où profiter de la foire aux vins ?
Pour profiter de la foire aux vins et obtenir les meilleures promotions, il y a plusieurs options :

Les cavistes et vignerons, en magasins ou en ligne, proposent d'excellentes bouteilles à prix doux pendant la foire aux vins. Il peut s'agir de vignerons et caves indépendantes comme les plus connues telles que Nicolas, Le petit ballon ou Vinatis.
Les supermarchés proposent généralement des bouteilles à des prix très attractifs : LIDL, Intermarché, Carrefour ou encore Leclerc ont déjà leurs sélections qui vous attendent en rayons !
Les dates par enseigne
Voici les dates de la foire aux vins selon les différentes enseignes :

Auchan : du 22 septembre au 6 octobre 2020
Biocoop : du 8 septembre au 17 octobre 2020
Carrefour : du 8 septembre au 27 septembre 2020
Cora : du 15 septembre au 3 octobre 2020
Lidl: à partir du 2 septembre 2020
Magasins U : du 29 septembre au 10 octobre 2020
Monoprix : du 18 septembre au 4 octobre 2020
Naturalia : du 24 septembre au 14 octobre 2020
Nicolas : du 9 septembre au 13 octobre 2020

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Grande épicerie de Paris : du 9 septembre au 15 octobre 2020
Franprix : du 23 septembre au 11 octobre 2020
Intermarché: du 8 septembre au 27 septembre 2020
LeaderPrice : du 1 septembre au 13 septembre 2020
Leclerc : du 29 septembre au 10 octobre 2020
Lidl: à partir du 2 septembre 2020
Magasins U : du 29 septembre au 10 octobre 2020
Monoprix : du 18 septembre au 4 octobre 2020
Naturalia : du 24 septembre au 14 octobre 2020
Nicolas : du 9 septembre au 13 octobre 2020
Le Petit Ballon : du 2 septembre au 23 septembre 2020
Vinatis : du 4 septembre au 9 octobre 2020
Cdiscount : du 3 septembre au 27 septembre 2020

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 340253





Date : 03 septembre 2020
Page de l'article : p.2-13
Journaliste : OLIVIER BOMPAS ET JACQUES DUPONT

SPÉCIAL VINS

Le guide des foires aux vins

Une offre hétéroclite où dominent les vins abordables. Notre sélection est divisée en deux parties : les vins à moins de 12 euros et ceux de 12 à 30 euros. Plus nos coups de cœur. PAR OLIVIER BOMPAS ET JACQUES DUPONT



Doute et précipitation. Le Covid-19 a profondément perturbé la préparation des foires aux vins dans les enseignes de la grande distribution (GD). Les recherches de ceux qu'on appelle « les acheteurs », les dénicheurs de la GD, s'opèrent au début du printemps. Ils reçoivent négociants et producteurs pour trouver les bonnes affaires, des vins en volumes suffisants et à bas prix. Depuis que les grands bordeaux font moins recette dans les foires, il faut se donner du mal pour les trouver, ces bonnes affaires. Pas de vins rares, ceux-ci se retrouvent au compte-bouteilles chez les cavistes et sur quelques sites Internet spécialisés, mais des vins faciles, bon marché, handicapés cependant par leur faible notoriété. Et tout cela, tout ce travail de philatéliste, entre février et juin… pile au moment où tout en France était à l'arrêt. Autant dire qu'il a fallu se montrer pas trop regardant sauf en direction des stocks de l'an passé et pas écoulés. Si bien que les foires aux vins possèdent un petit côté vide-greniers. Le temps n'est plus aux bouteilles excentriques ni à celles qu'on hésite à déboucher. La grande distribution connaît parfois mieux que bien des sociologues les envies, les besoins des consommateurs et souvent les anticipe. Très tôt, elle a annoncé la couleur. Bien sûr, on a conservé pour la vitrine quelques grands bourgognes, rarement soldés. Idem pour les célébrités de la vallée du Rhône ou les crus classés de Bordeaux. Mais la grande marée se situe en dessous de 12 euros et beaucoup en provenance des vignobles méridionaux. Il demeure cependant un grand mystère : la pauvreté de l'offre en « petits bordeaux ». Nous en avons retenu évidemment… et des bons. Mais connaissant un peu le terrain, il nous semble qu'en cherchant quelque peu on trouve de véritables perles chez des producteurs qui ne demandent pas mieux que de les vendre. Des vins qui n'ont pas grand-chose à voir avec les palanquées de rouges très ordinaires ou de cuvées réalisées pour l'occasion qui nous sont proposées et aussitôt éliminées.

Notre sélection s'organise en deux tableaux :

– moins de 12 euros
Les indispensables, vins des copains, des apéros ou des repas à la bonne franquette, en toute simplicité.

– de 12 à 30 euros
Les vins du soir quand on reçoit, ou du week-end. Vin de bonne garde aussi, et quelques belles bouteilles destinées aux grandes occasions.

La sélection du « Point »

Nous passons au crible la totalité de l'offre – plus de 20 000 vins : grande distribution, chaînes de cavistes ou sites –, en vérifiant pour chacun qu'il s'agit bien d'un vrai domaine et que le prix est réellement inférieur au marché. Au total, nous avons méticuleusement sélectionné 700 vins.

Sur le site du *Point*, pour les abonnés, on trouvera une offre encore plus élargie, de 1 138 bouteilles, dont l'intégralité de notre sélection au-delà de 30 euros ■

BAPTISTE FENOUIL/REA

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 340253

Date : 03 septembre 2020
Page de l'article : p.2-13
Journaliste : OLIVIER BOMPAS ET JACQUES DUPONT

Dates des foires 2020

AUCHAN DU 22 SEPTEMBRE AU 06 OCTOBRE

CARREFOUR HYPER DU 8 AU 21 SEPTEMBRE

CARREFOUR MARKET DU 25 SEPTEMBRE AU 11 OCTOBRE

CARREFOUR PROXI DU 18 AU 27 SEPTEMBRE

CASINO JUSQU'AU 13 SEPTEMBRE

CDISCOUNT DU 3 AU 27 SEPTEMBRE

CHÂTEAUNET DU 5 AU 26 SEPTEMBRE

FRANPRIX DU 23 SEPTEMBRE AU 11 OCTOBRE

GALERIES LAFAYETTE DU 5 AU 26 SEPTEMBRE

IDEALWINE DU 15 SEPTEMBRE AU 6 OCTOBRE

INTERMARCHÉ DU 8 AU 27 SEPTEMBRE

LA GRANDE CAVE JUSQU'AU 24 SEPTEMBRE

LA VIGNERY JUSQU'AU 26 SEPTEMBRE

LAVINIA À PARTIR DU 8 SEPTEMBRE

LECLERC DU 29 SEPTEMBRE AU 10 OCTOBRE

LES DOMAINES QUI MONTENT À PARTIR DU 4 SEPTEMBRE

LE PETIT BALLON JUSQU'AU 23 SEPTEMBRE

LIDL À PARTIR DU 2 SEPTEMBRE

MAGASINS U DU 29 SEPTEMBRE AU 10 OCTOBRE

MATCH DU 10 AU 27 SEPTEMBRE

MILLÉSIMES DU 15 SEPTEMBRE AU 06 OCTOBRE

MONOPRIX DU 18 SEPTEMBRE AU 4 OCTOBRE

NATURALIA DU 24 SEPTEMBRE AU 14 OCTOBRE

NETTO DU 1ER AU 13 SEPTEMBRE

NICOLAS DU 9 SEPTEMBRE AU 13 OCTOBRE

REPAIRE DE BACCHUS DU 14 SEPTEMBRE AU 11 OCTOBRE

TWIL DU 8 SEPTEMBRE AU 15 OCTOBRE

VEEPEE À PARTIR DU 2 SEPTEMBRE

VINOTHÈQUE DE BORDEAUX JUSQU'AU 24 SEPTEMBRE

WINEANDCO JUSQU'AU 6 OCTOBRE

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 340253

Date : 03 septembre 2020
Page de l'article : p.2-13
Journaliste : OLIVIER BOMPAS ET JACQUES DUPONT

MOINS DE 12 €

APPELLATION	DÉSIGNATION	MILL.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/ PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
BORDEAUX ET BORDEAUX-SUPÉRIEUR								
Bordeaux	CHÂTEAU CHAMP DES TREILLES - PETIT CHAMP	2015	●	7,90	★★	★★	Galeries Lafayette	
Bordeaux	CHÂTEAU D'HAURETS	2018	●	4,80	★★	★★★	Leclerc	♥
Bordeaux	CHÂTEAU MARJOSSE	2018	●	9,45	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux	
Bordeaux	CHÂTEAU MARJOSSE	2016	●	8,90	★★	★★	Châteaunet	
Bordeaux	CHÂTEAU THIEULEY	2016	●	7,50	★★	★★★	Carrefour Market	♥
Bordeaux	G DE CHÂTEAU GUIRAUD	2017	●	10,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Bordeaux	RAYNE VIGNEAU LE SEC	2019	●	9,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Entre-Deux-Mers	CHÂTEAU LANDEREAU	2019	●	6,75	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux	
Entre-Deux-Mers	CHÂTEAU SAINTE MARIE - RÉSERVE	2019	●	5,95/6,30	★★	★★	Magasins U-Monoprix	
Bordeaux-Supérieur	CHÂTEAU FLEUR HAUT GAUSSENS	2018	●	7,50	★★	★★	Carrefour Hyper	
Bordeaux-Supérieur	CHÂTEAU LA VERRIÈRE	2018	●	5,90	★★	★★★	Auchan	
Bordeaux-Supérieur	CHÂTEAU ROQUES MAURIAC - CUVÉE HÉLÈNE	2018	●	5,95	★★	★★	Leclerc	
MÉDOC								
Médoc	CHAPELLE DE POTENSAC	2015	●	11,50	★★	★★	Casino	
Médoc	CHÂTEAU BOURNAC	2018	●	9,90	★★	★★	Leclerc	
Médoc	CHÂTEAU HAUT-MAURAC	2018	●	8,95	★★	★★★	Magasins U	
Médoc	CHÂTEAU L'ARGENTEYRE	2012	●	7,90	★★	★★	Magasins U	
Médoc	CHÂTEAU LA CHANDELLIÈRE	2018	●	9,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Médoc	CHÂTEAU LABADIE	2016	●	9,99	★★	★★	Carrefour Hyper & Market	
Médoc	CHÂTEAU LAYAUGA DUBOSCQ	2014	●	11,90	★★	★★	Auchan	
Médoc	CHÂTEAU LOIRAC	2018	●	7,49	★★	★★★	Lidl	♥
Médoc	CHÂTEAU LOUSTEAUNEUF	2018	●	9,95	★★	★★	Carrefour Hyper & Proxi	
Médoc	CHÂTEAU MOULIN DE CANHAUT	2014	●	7,90	★★	★★	Châteaunet	
Médoc	CHÂTEAU POITEVIN (12 BOUTEILLES)	2015	●	10,85	★★	★★★	La Grande Cave	
Médoc	CHÂTEAU POITEVIN (12 BOUTEILLES)	2014	●	10,15	★★	★★	La Grande Cave	
Médoc	CHÂTEAU PONTET BARRAIL	2015	●	8,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	♥
HAUT-MÉDOC								
Haut-Médoc	CHÂTEAU D'HANTEILLAN	2016	●	9,50	★★	★★	Carrefour Hyper	
Haut-Médoc	CHÂTEAU DOYAC	2018	●	11,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Haut-Médoc	CHÂTEAU LAMOTHE BERGERON	2014	●	9,99	★★	★★★	Carrefour Market	
Haut-Médoc	CHÂTEAU LAROSE TRINTAUDON	2018	●	11,50	★★	★★	Carrefour Market & Hyper	
Haut-Médoc	CHÂTEAU LAROSE TRINTAUDON	2018	●	11,50/11,65	★★	★★	Carrefour Proxi-Magasins U	
Haut-Médoc	CHÂTEAU LARRIVAUX	2014	●	10,90	★★	★★★	Châteaunet	
Haut-Médoc	CHÂTEAU MEYRE	2015	●	9,95	★★	★★★	Châteaunet	
Haut-Médoc	CHÂTEAU PEYRABON	2015	●	11,50	★★	★★	Châteaunet	
LISTRAC								
Listrac	CHÂTEAU FOURCAS DUPRÉ	2014	●	10,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Listrac	CHÂTEAU FOURCAS DUPRÉ	2012	●	11,50	★★	★★	Châteaunet	
Listrac	CHÂTEAU LESTAGE	2016	●	11,90	★★	★★	Leclerc	
Listrac	GRAND LISTRAC	2016	●	7,70	★★	★★	Carrefour Hyper	
GRAVES								
Graves	CHÂTEAU DE CÉRONS - LA GUILLE	2018	●	7,95/7,99	★★	★★	Châteaunet-Cdiscount	
Graves	CHÂTEAU DE CHANTEGRIVE	2016	●	9,95/10,80	★★	★★	Casino-La Vigniery	
Graves	CHÂTEAU DES PLACES PRESTIGE	2019	●	6,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Graves	CHÂTEAU HAURA	2016	●	10,45	★★	★★★	Magasins U	
Graves	CHÂTEAU LES CLAUZOTS	2016	●	9,90	★★	★★★	Casino	
FRONSAC								
Fronsac	CHÂTEAU BARRABAQUE	2014	●	10,56	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux	
Fronsac	CHÂTEAU DE CARLES	2014	●	10,90	★★	★★	Galeries Lafayette	
SATELLITES DE SAINT-ÉMILION								
Lussac-Saint-Emilion	VIEUX CHÂTEAU CHAMBEAU	2016	●	7,95	★★	★★	Carrefour Market & Hyper	
Lussac-Saint-Emilion	CHÂTEAU DES LANDES - L'ENCLOS	2018	●	6,79	★★	★★	Netto	
Lussac-Saint-Emilion	CHÂTEAU DE BARBE BLANCHE CUVÉE HENRI IV	2014	●	11,54	★★	★★	Cdiscount	
Montagne Saint-Émilion	AUTHENTIQUE DE FRANC BAUDRON	2016	●	8,91	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux	
Montagne Saint-Émilion	CHÂTEAU FRANC BAUDRON	2015	●	11,00	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux	
Montagne Saint-Émilion	CHÂTEAU GACHON	2015	●	7,90	★★	★★	Le Petit Ballon	
Saint-Georges Saint-Émilion	CHÂTEAU CAP D'OR	2016	●	11,44	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux	
Saint Georges Saint Emilion	CHÂTEAU CAP D'OR	2011	●	9,50	★★	★★	Casino	
Saint Georges Saint Emilion	CHÂTEAU MACQUIN	2016	●	10	★★	★★	Les Domaines qui montent	
Saint Georges Saint Émilion	CHÂTEAU MOULIN DE LA BERGÈRE	2015	●	11,61	★★	★★	La Vigniery	
LES CÔTES								
Blaye-Côtes-de-Bordeaux	CHÂTEAU HAUT BERTINERIE - GRAND VIN	2014	●	11,88	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux	
Blaye-Côtes-de-Bordeaux	CHÂTEAU LE VIROU - VIEILLES VIGNES	2018	●	6,50	★★	★★★	Casino	
Blaye-Côtes-de-Bordeaux	CHÂTEAU LES TOURS DE PEYRAT - VIEILLES VIGNES	2018	●	6,50	★★	★★	Carrefour Hyper	
Blaye-Côtes-de-Bordeaux	CHÂTEAU LACAUSSADE SAINT-MARTIN - TROIS MOULINS	2018	●	6,50	★★	★★★	Auchan	
Blaye-Côtes-de-Bordeaux	CHÂTEAU MORILLON 2018 BIO	2018	●	6,99	★★	★★★	Carrefour Proxi	
Blaye-Côtes-de-Bordeaux	IF DES JONQUEYRES - 2ND DE JONQUEYRES	2016	●	8,50	★★	★★	Galeries Lafayette-Châteaunet	
Cadillac-Côtes-de-Bordeaux	CHÂTEAU REYNON	2018	●	9,50/11	★★	★★	Magasins U-Vinothèque de Bordeaux	
Côtes-de-Bourg	CHÂTEAU GRAND-MAISON VALADES	2015	●	8,00	★★	★★★	Galeries Lafayette	
Côtes-de-Bourg	CHÂTEAU GRAVETTES SAMONAC - CUVÉE ELÉGANCE	2017	●	6,50	★★	★★	Casino	
Côtes-de-Bourg	CHÂTEAU LE CLOS DU NOTAIRE - TRADITION	2015	●	8,55	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux	
Côtes-de-Bourg	CHÂTEAU MARTINAT	2015	●	8,95	★★	★★★	Magasins U	
Côtes-de-Bourg	CHÂTEAU MONTFOLLET - ALTUS	2018	●	7,20	★★	★★	Carrefour Hyper	
SAUTERNES								
Sauternes	CHÂTEAU HAUT COUSTET	2017	●	11,95	★★	★★★	Leclerc	
Sauternes	CHÂTEAU VOIGNY	2017	●	10,95	★★	★★	Casino	
Sainte-Croix-du-Mont	CHÂTEAU CRABITAN BELLEVUE	2015	●	8,50	★★	★★★	Auchan	
Sainte-Croix-du-Mont	CHÂTEAU LA RAME	2017	●	11,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
BOURGOGNE								
Bourgogne	DOMAINE DE MAUPERTHUIS - LES BRULIS	2018	●	11,67	★★	★★★	Les Domaines qui montent	
Bourgogne	DOMAINE JEAN-LUC JOILLOT	2018	●	10	★★	★★	Les Domaines qui montent	
Bourgogne	FRÉDÉRIC MAGNIEN	2019	●	9,95	★★	★★	Carrefour Hyper	

● Vin rouge ● Vin blanc ● Vin rosé ● Vin blanc moelleux ● Vin rouge moelleux ★ Satisfaisant ★★ Bon ★★★ Excellent

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 340253

Date : 03 septembre 2020
Page de l'article : p.2-13
Journaliste : OLIVIER BOMPAS ET JACQUES DUPONT

MOINS DE 12 €

APPELLATION	DÉSIGNATION	MILL.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
Bourgogne	JEAN-CLAUDE BOISSET - LES URSULINES	2018	●	10,90	★★	★★	Monoprix	
Bourgogne	JEAN-MARC BROCARD - KIMMERIDGIEN	2018	●	6,80	★★	★★	Carrefour Hyper	
Bourgogne	NUITON BEAUNOY - CÔTE D'OR	2018	●	9,20	★★	★★	Nicolas	
Bourgogne Aligoté	DOMAINE VERRET	2018	●	6,20	★★	★★★	Magasins U	
Bourgogne-Hautes-Côtes-de-Beaune	ALBERT BICHOT	2019	●	11,22	★★	★★	La Vignery	
Bourgogne-Hautes-Côtes-de-Beaune	DOMAINE JEAN-BAPTISTE LEBREUIL - MONT BATTOIS	2017	●	11,50	★★	★★	Le Petit Ballon	
Chablis	DOMAINE LONG PEPAQUIT	2018	●	11,73/12,50	★★	★★★	La Vignery-Les Domaines qui montent	
Chablis	FAMILLE BROCARD	2019	●	11,95	★★	★★	Casino	
Chablis	UNION DES VITICULTEURS DE CHABLIS	2018	●	10,99	★★	★★	Match	
Mâcon-Fuissé	GEORGES BURRIER	2018	●	9,60	★★	★★	Magasins U	
Mâcon-Villages	CAVE DE LUGNY - LA CROIX SALAIN	2018	●	10	★★	★★	Nicolas	
Mâcon-Villages Loché	DOMAINE CORDIER PÈRE & FILS	2018	●	11,50	★★	★★★	Casino	
Montagny	VIGNERONS DE BUXY	2017	●	8,15	★★	★★	La Vignery	
Saint-Véran En Crèches	DOMAINE JACQUES SAUMAIZE	2018	●	11,90	★★	★★★	Millésimes	♥
BEAUJOLAIS								
Beaujolais	DOMAINE DES NUGUES - MOULIN MÉZIAT	2018	●	9,95	★★	★★	Monoprix	
Brouilly	CHÂTEAU THIVIN	2019	●	11,50	★★★	★★★	Monoprix	♥
Chiroubles	DOMAINE DE LA GROSSE PIERRE	2017	●	8,33	★★	★★	La Vignery	
Chiroubles	DOMAINE DES MARRANS - AUX CÔTES	2018	●	10,85	★★	★★★	Twil	
Côtes-de-Brouilly	DOMAINE LAFOREST	2019	●	9,95	★★	★★★	Franprix	
Côtes-de-Brouilly	DOMAINE MATRAY - GRANDE PENTE VIEILLES VIGNES	2019	●	6,95	★★	★★	Casino	
Fleurie	DOMAINE DE LA MADONE	2019	●	6,99	★★	★★★	Intermarché	
Fleurie	DOMAINE DES CHAFFANGEONS	2019	●	6,50	★★	★★	Carrefour Hyper	
Fleurie	DOMAINE DES MARRANS - LIEU-DIT CHAMPAGNE	2018	●	11,55	★★	★★	Twil	
Juliénas	CHÂTEAU DE LA BOTTIÈRE - PAVILLON	2018	●	6,66	★★	★★	La Vignery	
Juliénas	DOMINIQUE MOREL - TERRES DE JULIUS	2019	●	6,70	★★	★★	Leclerc	
Morgon	DOMAINE STRIFFLING	2016	●	8,90	★★	★★	Le Petit Ballon	
Moulin-à-Vent	DUBOEUF	2016	●	9,95	★★	★★	Casino	
Saint-Amour	DOMAINE DU BREUIL GUILLAUME	2018	●	9,99	★★	★★★	Franprix	♥
VAL DE LOIRE								
Anjou	CHÂTEAU DE FESLES	2017	●	7,60	★★	★★	Auchan	
Anjou	CHÂTEAU DE LA MULONNIÈRE	2018	●	6,40	★★	★★	Nicolas	
Anjou	CHÂTEAU DE LA ROULERIE	2019	●	10,90	★★	★★	Monoprix	
Anjou	DOMAINE DE GAGNEBERT	2019	●	4,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Anjou	DOMAINE DE TERREBRUNE - SÉLECTION DE CHENIN	2016	●	8,35	★★	★★	Twil	
Anjou	DOMAINE DES TROTTIÈRES - CLAIR DE LUNE	2019	●	5,90	★★	★★	Le Petit Ballon	
Anjou	DOMAINE OGEREAU - LES FRÊNES	2019	●	8,99	★★	★★★	Monoprix	
Touraine	DOMAINE DE LA CHARMOISE	2019	●	7,40	★★	★★	Monoprix	
Touraine Gamay	DOMAINE DE LA CHARMOISE - PREMIÈRE VENDANGE	2019	●	8,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	♥
Touraine Sauvignon	JOËL DELAUNAY	2019	●	5,65	★★	★★	Veepee	
Touraine Sauvignon	DOMAINE FRANÇOIS CHIDAINE	2018	●	7,90	★★	★★	Châteaunet	
Touraine Sauvignon	DOMAINE DE MARCÉ	2019	●	6,67	★★	★★	Les Domaines qui montent	
Touraine Sauvignon	DOMAINE DE LA CHARMOISE - TERROIR DES SILLICES	2018	●	6,20	★★	★★	Carrefour Hyper	
Touraine Sauvignon	DOMAINE VINCENT RICARD - LE BOUC	2019	●	5,50	★★	★★	Leclerc	
Coteaux-du-Layon	CHÂTEAU DE FESLES	2017	●	7,45	★★	★★★	Match	
Coteaux-du-Layon 1er Cru Chaume	CHÂTEAU DE LA GUIMONIÈRE - 50CL	2015	●	10,80	★★	★★★	Magasins U	♥
Bourgueil	DOMAINE DES OUCHES	2018	●	6	★★	★★	Magasins U	
Bourgueil	DOMAINE LAMÉ DELISLE BOUCARD - CUVÉE DÉCHAINÉE	2019	●	8,01	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux	
Bourgueil	DOMAINE PITAULT LANDRY - LES TERRASSES	2019	●	5,95	★★	★★	Leclerc	
Bourgueil	DOMAINE PITAULT LANDRY - LES ROCHETTES	2018	●	6,90	★★	★★	Repaire de Bacchus	
Chinon	DOMAINE BERNARD BAUDRY - LE DOMAINE	2017	●	11,50	★★	★★	Châteaunet	
Chinon	DOMAINE GROSBOIS - LA CUISINE DE MA MÈRE	2018	●	10,71/10,90	★★	★★★	Vinothèque de Bordeaux-Châteaunet	
Chinon	DOMAINE DOZON - LE GRAND SAUT	2017	●	10	★★	★★	Les Domaines qui montent	
Coteaux-du-Giennois	CLÉMENT ET FLORIAN BERTHIER	2018	●	7,90	★★	★★	Le Petit Ballon	
Coteaux-du-Giennois	DOMAINE BALLAND - LES BEAUX JOURS	2018	●	10,97	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux	
Coteaux-du-Giennois	DOMAINE DE MONTBENOÎT - VIGNOBLES BERTHIER	2019	●	10	★★	★★★	Les Domaines qui montent	
Ménetou-Salon	DOMAINE BEAUREPAIRE	2019	●	8,85	★★	★★	Lidl	
Ménetou-Salon	DOMAINE CHAVET - LES QUATRE ROUTES	2019	●	11,50	★★	★★	Monoprix	
Ménetou-Salon	DOMAINE PELLÉ	2019	●	10,95	★★	★★★	Monoprix	
Muscadet-Sèvre-et-Maine-sur-Lie	JÉRÉMIE HUCHET - CLOS LES MONTYS	2019	●	4,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Muscadet-Sèvre-et-Maine-sur-Lie	LOUIS METAIREAU - GRAND MOUTON	2017	●	5,95	★★	★★★	La Vignery	
Pouilly-Fumé	CEDRICK BARDIN	2019	●	9,50	★★	★★	Magasins U	
Pouilly-Fumé	VIGNOBLES BERTHIER	2019	●	9,95	★★	★★	Leclerc	
Saint-Nicolas-de-Bourgueil	AGNÈS & XAVIER AMIRAULT - LES QUARTERONS	2017	●	11,50	★★	★★★	Châteaunet	♥
Saint-Nicolas-de-Bourgueil	AMIRAULT-GROSBOIS - LES ARPENTS	2019	●	9,49	★★	★★	Intermarché	
Saint-Nicolas-de-Bourgueil	JOËL TALUAU - LES RACINES DU TEMPS	2019	●	6,90	★★	★★★	Leclerc	
Saint-Nicolas-de-Bourgueil	RICHARD RETHORÉ - CUVÉE CATHERINE	2018	●	8,95	★★	★★	Franprix	
Saint-Pourçain	UNION DES VIGNERONS SAINT-POURÇAIN	2017	●	4,41	★★	★★★	La Vignery	
Saumur	DOMAINE DE LA PALEINE	2018	●	7,50	★★	★★★	Casino	
Saumur	CHÂTEAU DE VILLENEUVE	2018	●	11,50	★★	★★	Châteaunet	
Saumur-Champigny	CHÂTEAU DE CHAINTRES - LES CRÉZES	2019	●	7,65	★★	★★	Veepee	
Saumur-Champigny	DOMAINE LA BONNELIÈRE - CUVÉE TRADITION	2018	●	6,75	★★	★★	Le Petit Ballon	
Saumur-Champigny	DOMAINE DES VARINELLES	2019	●	6,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Saumur-Champigny	DOMAINE FILLIATREAU - LA COMBE AUX FÉES	2018	●	7,95	★★	★★	Casino	
Valençay	LE CLAUX DELORME	2019	●	8,80	★★	★★	Monoprix	
Valençay	LE CLAUX DELORME	2019	●	8,80	★★	★★	Monoprix	
Valençay	DOMAINE JEAN FRANÇOIS ROY - LES BEAUX MONTS	2019	●	5,90	★★	★★★	Leclerc	
Valençay	DOMAINE JEAN FRANÇOIS ROY	2017	●	5,80	★★	★★	La Vignery	
Vouvray	DOMAINE DES AUBUISIÈRES - LE PETIT CLOS	2018	●	11,95	★★	★★★	Casino	
Vouvray sec	DOMAINE SÉBASTIEN BRUNET - LES ARPENTS	2018	●	10,50	★★★	★★★	iDealwine	♥
ALSACE								
Alsace Sylvaner	WOLFBERGER - BIO	2019	●	4,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Alsace Riesling	CHÂTEAU DE RIQUEWIHR	2018	●	7,49	★★	★★	Lidl	

● Vin rouge ● Vin blanc ● Vin rosé ● Vin blanc moelleux ● Vin rouge moelleux ★ Satisfaisant ★★ Bon ★★★ Excellent

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 340253

Date : 03 septembre 2020
Page de l'article : p.2-13
Journaliste : OLIVIER BOMPAS ET JACQUES DUPONT

MOINS DE 12 €

APPELLATION	DÉSIGNATION	MILL.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/ PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
Alsace Riesling Muschelkalck	DOMAINE LOEW - RIESLING MUSCHELKALCK	2018		10,90	★★	★★★	Châteaunet	
Alsace Riesling GC Schoenenbourg	CHÂTEAU DE RIQUEWIHR	2019		9,25	★★	★★	Lidl	
Alsace Gewurztraminer	CAVE DE RIBEAUVILLÉ - COLLECTION	2017		8,90	★★	★★	La Vignery	
Alsace Gewurztraminer	WOLFBERGER	2019		7,95	★★	★★	Carrefour Market	
Alsace Gewurztraminer	WOLFBERGER	2019		7,20	★★	★★	Leclerc	
Alsace Gewurztraminer	WOLFBERGER BIO	2019		7,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Alsace Gewurztraminer GC Zinnkoepfle	CAVE DE BESTHEIM	2018		9,85	★★	★★	Leclerc	
Alsace Pinot-Gris	CAVE DE TURCKHEIM - SÉLECTION	2019		4,95	★★	★★	Leclerc	
Alsace Pinot-Noir	CAVE DE RIBEAUVILLÉ - PRESTIGE	2017		7,37	★★	★★	La Vignery	
Alsace Pinot-Noir	DOMAINE JEAN-LUC MADER	2018		10,90	★★	★★	Châteaunet	
JURA								
Arbois	DOMAINE ROLET - CHARDONNAY	2016		9,30	★★	★★	Veepee	
Arbois	FRUITIÈRE VINICOLE D'ARBOIS - TROUSSEAU	2018		8,95	★★	★★	Magasins U	
SAVOIE								
Savoie-Arbin	DOMAINE FABIEN TROSSET - MONDEUSE	2019		7,95	★★	★★	Magasins U	
Savoie-Arbin	DOMAINE FABIEN TROSSET - PISTE NOIRE	2019		9,95	★★	★★	Magasins U	
Savoie-Mondeuse	CAVE DE CRUET	2018		4,95	★★	★★	Lidl	
Savoie-Ripaille	CHÂTEAU DE RIPAILLE	2019		7,50	★★	★★	Carrefour Hyper	
Roussette-de-Savoie	DOMAINE BOUVET - HENRIETTE	2017		9	★★	★★	La Vignery	
Roussette-de-Savoie	DOMAINE DU COLOMBIER	2018		10	★★	★★	Les Domaines qui montent	
LANGUEDOC-ROUSSILLON								
Languedoc	CHÂTEAU SAINT MARTIN DE LA GARRIGUE - ROUGE TRADITION	2017		6,63	★★	★★	La Vignery	
Languedoc	CLOS DE MANZOTTE - PAPA PAYSAN	2018		8,50	★★	★★	Le Petit Ballon	
Languedoc	DOMAINE CLAVEL - LE MAS	2018		10	★★	★★★	Lavinia	
Languedoc	DOMAINE DE NIZAS - LE CLOS ROUGE	2019		9,95	★★	★★	Monoprix	
Languedoc-Cabardès	CLOS DE MANZOTTE	2018		11	★★	★★	Le Petit Ballon	
Languedoc-Grès-de-Montpellier	CHÂTEAU DE L'ENGARRAN - LES GRAVIÈRES	2017		9,95	★★	★★	Magasins U	
Languedoc-Grès-de-Montpellier	CHÂTEAU SAINT MARTIN DE LA GARRIGUE	2017		10,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Languedoc-Grès-de-Montpellier	MAS DE LUNÈS - COLLECTION TERROIR	2017		7,80	★★	★★	Leclerc	
Picpoul-de-Pinet	FÉLINES JOURDAN - CUVÉE CLASSIQUE	2019		6,50	★★	★★	Le Petit Ballon	
La-Clape	CHÂTEAU FIGUIÈRES - TEMPUS	2017		7	★★	★★	Le Petit Ballon	
La-Clape	CHÂTEAU L'HOSPITALET - LA RÉSERVE	2019		8,50	★★	★★	Leclerc	
La-Clape	CHÂTEAU LA NÉGLY - TRADITION	2018		8,50	★★	★★	Leclerc	
La-Clape	CHÂTEAU LES BUGADELLES - CUVÉE DES 4 VENTS	2018		7,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
La-Clape	DOMAINE SARRAT DE GOUNDY	2018		6,89/6,90	★★	★★	Netto-Leclerc	
Pic-Saint-Loup	CHÂTEAU LA ROQUE	2019		10,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Pic-Saint-Loup	CHÂTEAU VALCYRE - ENFANT GÂTÉ	2018		8,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Pic-Saint-Loup	ERMITAGE DU PIC-SAINT-LOUP - TOUR DE PIERRES	2018		9,90	★★	★★★	Wineandco	♥
Terrasses-du-Larzac	CHÂTEAU DE JONQUIÈRES - CUVÉE LANSADE	2018		10,95	★★	★★★	Naturalia	
Terrasses-du-Larzac	CHÂTEAU LA SAUVAGEONNE - CUVÉE LES OLIVIERS	2018		8,95	★★	★★	Magasins U-Carrefour Hyper	
Terrasses-du-Larzac	CHÂTEAU LA SAUVAGEONNE - CUVÉE LES RUFFES	2018		8,95	★★	★★	Leclerc	
Terrasses-du-Larzac	DOMAINE CAUSSE D'ARBORAS - LA FAILLE	2017		9,95	★★	★★	Magasins U	
Terrasses-du-Larzac	DOMAINE CAUSSE D'ARBORAS - LA SENTINELLE	2017		9,50/9,90	★★	★★	Auchan-Magasins U	
Terrasses-du-Larzac	LES CHEMINS DE CARABOTE - LA CROISÉE DES CHEMINS	2017		8,30	★★	★★	Carrefour Hyper	
Faugères	CHÂTEAU DE CIFFRE - TERROIRS D'ALTITUDE	2018		9,89	★★	★★	Monoprix	
Faugères	CHÂTEAU DE LA LIQUIÈRE - LES AMANDIERS	2018		8,95/9,00	★★	★★	Châteaunet-Galeries Lafayette	
Faugères	CHÂTEAU DES ESTANILLES - LA CHAPELLE	2018		7,65	★★	★★★	Leclerc	
Faugères	DOMAINE DE FENOUILLET - MASOSCHISTES	2017		7,49/7,50	★★	★★	Match-Casino	
Faugères	HECHT & BANNIER	2019		9,50	★★	★★	Monoprix	
Faugères	MAS ONÉSIME - INSOUMIS	2019		7,50	★★	★★	Les Domaines qui montent	
Saint-Chinian	CANET VALETTE ANTONYME	2019		10,53	★★★	★★★	Vinothèque de Bordeaux	♥
Saint-Chinian	CLOS BAGATELLE - À L'ORIGINE	2018		5,90/6,21	★★	★★★	Le Petit Ballon-La Vignery	
Saint-Chinian	MOULIN DE CIFFRE	2019		8,75	★★	★★	Franprix	

● Vin rouge ● Vin blanc ● Vin rosé ● Vin blanc moelleux ● Vin rouge moelleux ★ Satisfaisant ★★ Bon ★★★ Excellent

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 340253

Date : 03 septembre 2020
Page de l'article : p.2-13
Journaliste : OLIVIER BOMPAS ET JACQUES DUPONT

MOINS DE 12 €

APPELLATION	DÉSIGNATION	MILL.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/ PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
Minervois	CHÂTEAU GIBALAUX BONNET - 1969	2017	●	6,29	★★	★★	La Vignery	
Minervois	CHÂTEAU VILLERAMBERT JULIEN - CUVÉE OPÉRA	2018	●	4,95	★★	★★	Carrefour Proxi	
Minervois	DOMAINE DE L'OSTAL - ESTIBALS	2016	●	10,80	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux	
Minervois	MAS CENTEILLE - SOT-L'Y-LAISSE	2018	●	9,95	★★	★★	Magasins U	
Fitou	CHÂTEAU CHAMP DES SOEURS - TRADITION	2017	●	9,00	★★	★★	Galeries Lafayette	
Corbières	CHÂTEAU CICÉRON - LION DE CORBIÈRES	2019	●	8,33	★★	★★★	Twil	
Corbières	CHÂTEAU HAUT GLÉON	2015	●	11,70	★★	★★	La Vignery	
Corbières	CHÂTEAU LASTOURS - ARNAUD DE BERRE	2015	●	8,65	★★	★★	Veepee	
Corbières-Boutenac	CHÂTEAU LES PALAIS - CUVÉE RANDOLIN	2017	●	8,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Limoux	SIEUR D'ARQUES - LES QUATRE TERROIRS - OCÉANIQUE	2017	●	7,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Cabardès	CABROL - VENT D'OUEST	2017	●	10	★★	★★★	Les Domaines qui montent	
Cabardès	CHÂTEAU LORGERIL - CAUNETTES	2016	●	5,30	★★	★★	Casino	
Côtes-du-Roussillon	CAZES - GRANDE RÉSERVE	2019	●	6,20	★★	★★★	Leclerc	
Côtes-du-Roussillon	DOMAINE MODAT - PETIT MODAT'MOUR	2019	●	11,67	★★	★★★	Les Domaines qui montent	
Côtes-du-Roussillon	MAS AMIEL - PUR SCHISTE	2019	●	9,65	★★	★★	Leclerc	
Côtes-du-Roussillon	MAS PUJOL - ORIGINEL	2019	●	10,95	★★	★★★	Franprix	
Côtes-du-Roussillon-Villages	DOMAINE CAZES - TRILOGY	2018	●	5,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Côtes-du-Roussillon-Villages	CHÂTEAU SAINT ROCH - CHIMÈRES	2018	●	7,90	★★	★★★	Magasins U-Casino	
Côtes-du-Roussillon-Villages	MAS AMIEL - PROMESSE	2019	●	9,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Collioure	LES CLOS DE PAULILLES - CUVÉE JULES PAMS	2018	●	9,90	★★	★★	Leclerc	
Collioure	MARC PARCÉ	2019	●	10,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Collioure	MARC PARCÉ	2019	●	10,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Maury	DAUVERGNE RANVIER PARCÉ - HORS D'ÂGE	NM	●	9,95	★★	★★★	Carrefour Market & Hyper	
Maury	MAS AMIEL	2019	●	10	★★	★★★	Wineandco	
IGP Côtes-Catalanes	DOMAINE OLIVIER PITHON - MON P'TIT PITHON	2018	●	9,95	★★	★★	Châteaunet	
IGP Saint-Guilhem-le-Désert	MAS DES BROUSSES - MAS DES BROUSSES	2018	●	9	★★	★★	Le Petit Ballon	
Vin-de-France	MAS ONÉSIME - LE CINSAULT	2019	●	10	★★	★★	Les Domaines qui montent	
Vin-de-France	DOMAINE DES TERRES FALMET - CINSAULT	2016	●	6,90	★★	★★★	Châteaunet	
PROVENCE								
Côtes-de-Provence	CHÂTEAU DE BERNE - GRANDE RÉCOLTE	2019	●	7,50/7,95	★★	★★	Carrefour Hyper-Casino	
Côtes-de-Provence	CHÂTEAU DE L'AUMÉRADE	2019	●	6,45	★★	★★★	Magasins U	
Côtes-de-Provence	CHÂTEAU DES BORMETTES - CUVÉE L'ARGENTIÈRE	2019	●	9,95	★★	★★★	Monoprix	
Côtes-de-Provence	CHÂTEAU LA GORDONNE - VÉRITÉ DU TERROIR	2019	●	6,30	★★	★★★	Casino	
Côtes-de-Provence	CHÂTEAU LÉOUBE	2019	●	9,50	★★	★★	Veepee	
Côtes-de-Provence	CHÂTEAU REILLANNE - GRANDE RÉSERVE	2019	●	6,50	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Côtes-de-Provence	CHÂTEAU ROUBINE - CUVÉE RÉSERVE	2019	●	11,90/11,95	★★	★★	Carrefour Hyper-Casino	
Côtes-de-Provence	CHÂTEAU SAINTE ROSELINE - CUVÉE DES CHEVALIERS	2019	●	11,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Côtes-de-Provence-Sainte-Victoire	ESTANDON - LA VIGNE & LA ROCHE	2019	●	7,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Bandol	MOULIN DE LA ROQUE - LES ADRETS	2019	●	9,99	★★	★★★	La Vignery	
Bandol	MOULIN DE LA ROQUE - LES ADRETS	2015	●	9,99	★★	★★★	La Vignery	
CORSE								
Corse	DOMAINE CASABIANCA	2019	●	5,75	★★	★★	Auchan	
Corse	DOMAINE POLI	2019	●	5,95	★★	★★★	Leclerc	
Corse	DOMAINE TERRA VECCHIA	2018	●	5,50	★★	★★	Carrefour Hyper	
Corse-Calvi	CULOMBU	2019	●	7,75/7,95	★★	★★★	Magasins U-Carrefour Hyper	
Corse-Calvi	CULOMBU	2019	●	7,75	★★	★★★	Magasins U	
Corse-Figari	DOMAINE DE TANELLA	2019	●	6,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
VALLÉE DU RHÔNE								
Côtes-du-Rhône	CHARLIE & FRED - VIEILLES VIGNES	2017	●	6,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Côtes-du-Rhône	CLOS DU MONT-OLIVET - VIEILLES VIGNES	2018	●	9,90	★★	★★★	Millésimes	
Côtes-du-Rhône	DOMAINE DE LA JANASSE	2018	●	10,50	★★	★★	Châteaunet	
Côtes-du-Rhône	DOMAINE FONT DU VENT	2019	●	8,75	★★	★★	Monoprix	
Côtes-du-Rhône	DOMAINE RICHAUD - LES BUISSERONS	2018	●	8,90	★★★	★★★	Millésimes	♥

● Vin rouge ● Vin blanc ● Vin rosé ● Vin blanc moelleux ● Vin rouge moelleux ★ Satisfaisant ★★ Bon ★★★ Excellent

Tous droits réservés à l'éditeur

MOINS DE 12 €

APPELLATION	DÉSIGNATION	MILL.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/ PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
Côtes-du-Rhône	DOMAINE ROUGE GARANCE - TERRE DE GARANCE	2019	●	6,50	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Côtes-du-Rhône-Villages	CHÂTEAU DE LA GARDINE	2018	●	7,70	★★	★★★	Magasins U	
Côtes-du-Rhône-Villages	XAVIER VIGNON	2016	●	8	★★	★★★	Le Petit Ballon	
Côtes-du-Rhône-Villages-Laudun	CHÂTEAU COURAC - ÉOLE	2017	●	6,80	★★	★★	Leclerc	
Côtes-du-Rhône-Villages-Laudun	DOMAINE PELAQUIÉ	2018	●	6,70	★★	★★★	Monoprix	
Côtes-du-Rhône-Villages-Visan	DOMAINE DE MONGILLON	2019	●	5,90	★★	★★	Leclerc	
Côtes-du-Rhône-Villages-Sablet	DOMAINE DES PASQUIERS - LA PIERRE TOMBÉE	2019	●	6,30	★★	★★★	Carrefour Market	
Côtes-du-Rhône-Villages-Visan	DOMAINE GRANDE BELLANE	2019	●	4,95	★★	★★	Carrefour Market	
Beaumes-de-Venise	DOMAINE FONT SANTE	2019	●	6,20	★★	★★	Magasins U	
Beaumes-de-Venise	ROMAIN DUVERNAY	2019	●	6,85/7,50	★★	★★	Carrefour Hyper-Leclerc	
Cairanne	FAMILLE PERRIN - PEYRE BLANCHE	2018	●	9,95	★★	★★★	Monoprix	
Cairanne	DOMAINE BRUNELY	2018	●	5,50	★★	★★	Magasins U	
Rasteau	GABRIEL MEFFRE - TERRE SOLAIRE	2019	●	6,95	★★	★★	Lidl	
Rasteau	ROMAIN DUVERNAY	2019	●	6,50	★★	★★★	Auchan	
Vacqueyras	DAUVERGNE RANVIER - DE NATURA RERUM	2017	●	9,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Vacqueyras	DOMAINE BRUNELY - VEILLES VIGNES	2018	●	8,50	★★	★★	Magasins U	
Lirac	BRUNEL DE LA GARDINE	2018	●	7,80	★★	★★	Leclerc	
Lirac	CHÂTEAU DE MANISSY - TRINITÉ	2018	●	10	★★	★★★	Le Petit Ballon	
Lirac	DOMAINE PELAQUIÉ	2017	●	8,75	★★	★★★	Nicolas	
Costières-de-Nîmes	CLOS DES BOUTES - LE PLURIEL	2019	●	10	★★★	★★	Galeries Lafayette	
Costières-de-Nîmes	DOMAINE GASSIER - NOSTRE PAIS	2016	●	9,50	★★	★★★	Veepee	
Crozes-Hermitage	CAVE DE TAIN L'HERMITAGE - GALETS	2019	●	8,49	★★	★★	Lidl	
Crozes-Hermitage	CAVE DE TAIN L'HERMITAGE - LES HAUTS DE PAVIÈRES	2019	●	9,40	★★	★★	Carrefour Hyper	
Crozes-Hermitage	DOMAINE DES RÉMIZIÈRES	2018	●	9,60	★★	★★	Auchan	
Crozes-Hermitage	RHÔNE PASSION - LES VINS DE VIENNE	2018	●	11,50	★★	★★★	Magasins U	
SUD-OUEST								
Bergerac	TERRE DES GENDRES	2019	●	6,50	★★	★★	Magasins U	
Bergerac	CHÂTEAU TOUR DES GENDRES - CUVÉE DES CONTI	2018	●	9,50	★★	★★	Châteaunet	
Bergerac	CHÂTEAU TOUR DES GENDRES - PRIMO DE CONTI	2017	●	6,39	★★	★★	Intermarché	
Cahors	CHÂTEAU DU CÈDRE - HÉRITAGE	2016	●	7,90	★★	★★	Wineandco	
Cahors	CHÂTEAU LA REYNE - GRAND VIN	2019	●	5,95	★★	★★★	Leclerc	
Cahors	CLOS TRIGUEDINA - PETIT CLOS	2012	●	9,50	★★	★★	Twil	
Madiran	DOMAINE DU MOULIÉ	2016	●	6,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Fronton	CHÂTEAU BAUDARE - PERLE NOIRE	2017	●	5,50	★★	★★	Carrefour Hyper	
Fronton	CHÂTEAU FLOTIS	2019	●	4,95	★★	★★	Magasins U	
Fronton	DOMAINE LE ROC - LA FOLLE NOIRE D'AMBAT	2018	●	8,50/8,90	★★	★★	Châteaunet-Wineandco	
Monbazillac	DOMAINE DE PÉCANY	2016	●	6,49	★★	★★★	Auchan	
Monbazillac	DOMAINE DE L'ANCIENNE CURE - GRAINS D'OR	2018	●	8,95	★★	★★★	Leclerc	
Monbazillac	CHÂTEAU TIRECUL LA GRAVIÈRE - LES PINS	2018	●	10,89	★★	★★★	Monoprix	
Montravel	CHÂTEAU LAULERIE	2018	●	5,85	★★	★★★	La Vignery	

DE 12 A 30 €

APPELLATION	DÉSIGNATION	MILL.	CLASS.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/ PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
MÉDOC									
Médoc	CHÂTEAU CASTERA	2018		●	13,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Médoc	CHÂTEAU CASTERA	2016		●	13,95	★★	★★	Carrefour Market	
Médoc	CHÂTEAU LA CARDONNE	2009		●	12,90	★★	★★★	Châteaunet	
Médoc	CHÂTEAU LA CLARE	2015		●	12,75	★★	★★★	La Vignery	
Médoc	CHÂTEAU RAMAFORT	2010		●	13,95	★★	★★★	Casino	
Médoc	CHÂTEAU ROLLAN DE BY	2018		●	13,90	★★	★★	La Vignery	
Médoc	CHÂTEAU ROLLAN DE BY	2015		●	13,95	★★	★★	Carrefour Market	
HAUT-MÉDOC									
Haut-Médoc	CHÂTEAU BELGRAVE	2018	5e CC	●	26,00/27,90	★★★	★★★	Leclerc-La Vignery	♥
Haut-Médoc	CHÂTEAU BELGRAVE	2016	5e CC	●	28,50	★★★	★★★	Carrefour Hyper	
Haut-Médoc	CHÂTEAU BELGRAVE	2012	5e CC	●	27,45	★★★	★★	La Vignery	
Haut-Médoc	CHÂTEAU DE CAMENSAC	2015	5e CC	●	28,86	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux	
Haut-Médoc	CHÂTEAU CANTEMERLE	2017	5e CC	●	26,90	★★	★★	La Vignery	
Haut-Médoc	CHÂTEAU CANTEMERLE	2014	5e CC	●	27	★★	★★	Wineandco	
Haut-Médoc	CHÂTEAU CANTEMERLE	2011	5e CC	●	27,90	★★	★★	Galeries Lafayette-Châteaunet	
Haut-Médoc	CHÂTEAU CANTEMERLE	2011	5e CC	●	25,90	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Haut-Médoc	CHÂTEAU BEAUMONT	2018		●	12	★★	★★	Leclerc	
Haut-Médoc	CHÂTEAU BELLE-VUE	2018		●	13,95	★★	★★	Magasins U	
Haut-Médoc	CHÂTEAU BELLE-VUE	2015		●	14,87	★★	★★	Vinothèque de Bx	
Haut-Médoc	CHÂTEAU CAMBON LA PELOUSE	2018		●	13,90/14	★★	★★	Magasins U-Leclerc	
Haut-Médoc	CHÂTEAU CAMBON LA PELOUSE	2016		●	15,00/15,40	★★	★★★	Wineandco-Vinothèque de Bordeaux	
Haut-Médoc	CHÂTEAU CAMBON LA PELOUSE - MAGNUM	2018		●	27,95	★★	★★	Magasins U	
Haut-Médoc	CHÂTEAU CHARMAIL	2018		●	15,00	★★	★★	Leclerc	
Haut-Médoc	CHÂTEAU CHARMAIL	2015		●	15,90/16,20	★★	★★	Wineandco-Vinothèque de Bordeaux	
Haut-Médoc	CHÂTEAU CHARMAIL	2014		●	13,60/14,00	★★	★★★	Auchan-iDealwine	
Haut-Médoc	CHÂTEAU CHARMAIL	2012		●	14,10	★★	★★	Châteaunet	
Haut-Médoc	CHÂTEAU CITRAN	2016		●	14,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Haut-Médoc	CHÂTEAU CITRAN	2014		●	13,20/13,90	★★	★★★	Châteaunet-Galeries Lafayette	
Haut-Médoc	CHÂTEAU D'AGASSAC	2018		●	15,95	★★	★★	Carrefour Market & Hyper	
Haut-Médoc	CHÂTEAU DOYAC	2016		●	12,50	★★	★★	Les Domaines qui montent	
Haut-Médoc	CHÂTEAU DU TAILLAN	2018		●	14,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Haut-Médoc	CHÂTEAU LANESSAN	2017		●	12,95	★★	★★	La Vignery	
Haut-Médoc	CHÂTEAU LANESSAN	2012		●	13,02	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux	
Haut-Médoc	CHÂTEAU LAROSE-TRINTAUDON - MAGNUM	2018		●	23,00/24	★★	★★	Carrefour Hyper-Leclerc	
Haut-Médoc	CHÂTEAU MICALET	2015		●	12,90	★★	★★	Galeries Lafayette	
Haut-Médoc	CHÂTEAU PALOUMEY	2018		●	13,95	★★	★★	Carrefour Market & Hyper	

CC: cru classé. GCC: grand cru classé.
● Vin rouge ● Vin blanc ● Vin rosé ● Vin blanc moelleux ● Vin rouge moelleux ★ Satisfaisant ★★ Bon ★★★ Excellent

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 340253

Date : 03 septembre 2020
Page de l'article : p.2-13
Journaliste : OLIVIER BOMPAS ET JACQUES DUPONT

DE 12 A 30 €

APPELLATION	DÉSIGNATION	MILL.	CLASS.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/ PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
Haut-Médoc	CHÂTEAU REYSSON	2018			13,95	★★	★★★	Carrefour Market	
Haut-Médoc	CHÂTEAU SÉNÉJAC	2015			13,50	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux	
Haut-Médoc	CHÂTEAU SOCIANDO MALLET	2017			25,90/25,95	★★	★★	iDealwine-Auchan	
Haut-Médoc	CHÂTEAU SOCIANDO-MALLET	2017			26,90	★★	★★	Millésimes	
Haut-Médoc	CHÂTEAU SOCIANDO MALLET	2015			27,95	★★	★★	Casino	
Haut-Médoc	CHÂTEAU SOCIANDO-MALLET	2012			27,90	★★	★★★	Wineandco	
Haut-Médoc	LA DEMOISELLE DE SOCIANDO MALLET - 2ND DE SOCIANDO-MALLET	2016			19,90	★★	★★	Casino-Wineandco	
Haut-Médoc	LES ALLÉES DE CANTEMERLE - 2ND DE CANTEMERLE	2016			14,80	★★	★★	Magasins U	
Haut-Médoc	LES ALLÉES DE CANTEMERLE - 2ND DE CANTEMERLE (12 BOUTEILLES)	2016			14,32	★★	★★	La Grande Cave	
Haut-Médoc	LES ALLÉES DE CANTEMERLE - 2ND DE CANTEMERLE	2011			12,90	★★	★★★	Châteaunet	
LISTRAC									
Listrac	CHÂTEAU FONRÉAUD	2018			13,45	★★	★★★	Intermarché	
Listrac	CHÂTEAU FONRÉAUD	2016			13,00/13,90	★★	★★★	Millésimes-Châteaunet	
Listrac	CHÂTEAU FOURCAS DUPRÉ	2016			12,50	★★	★★★	Millésimes	
Listrac	CHÂTEAU FOURCAS HOSTEN	2016			18,48	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux	
Listrac	CHÂTEAU FOURCAS HOSTEN (12 BOUTEILLES)	2016			17,33	★★	★★	La Grande Cave	
Listrac	CHÂTEAU FOURCAS HOSTEN	2015			13,99	★★	★★★	Intermarché	♥
Listrac	CHÂTEAU FOURCAS HOSTEN	2011			16,11	★★	★★	La Vignery	
MOULIS									
Moulis	CHÂTEAU BRILLETTE	2017			15,30	★★	★★	Vinothèque de Bx	
Moulis	CHÂTEAU BRILLETTE	2016			14,95	★★	★★	Carrefour Market	
Moulis	CHÂTEAU BRILLETTE	2012			14,90	★★	★★	Magasins U	
Moulis	CHÂTEAU CHASSE-SPLEEN	2017			27,75/28,90	★★	★★	Auchan-Casino	
Moulis	CHÂTEAU CHASSE-SPLEEN	2015			28,95/29,90	★★	★★	iDealwine-Vinothèque de Bordeaux	
Moulis	CHÂTEAU DUTRUCH GRAND POUJEAUX	2018			14	★★	★★★	Leclerc	♥
Moulis	CHÂTEAU MALMAISON	2012			17,10	★★	★★	La Vignery	
Moulis	CHÂTEAU MAUCAILLOU	2016			20,50	★★	★★	Carrefour Hyper	
Moulis	CHÂTEAU MAUCAILLOU	2014			18,48/18,90	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux-Wineandco	
Moulis	CHÂTEAU MAUVESIN BARTON	2018			17,02	★★	★★★	Vinothèque de Bordeaux	
Moulis	CHÂTEAU MYON DE L'ENCLOS	2015			12,95	★★	★★	Auchan	
Moulis	CHÂTEAU POUJEAUX	2018			26,00/26,95	★★	★★	Leclerc-Carrefour Market	
Moulis	CHÂTEAU POUJEAUX	2012			25,90	★★	★★	Carrefour Hyper	
Moulis	CHÂTEAU POUJEAUX	2014			23,90	★★	★★	Châteaunet	
MARGAUX									
Margaux	CHÂTEAU D'ARSAC	2015			17,00/17,95	★★	★★	Le Petit Ballon-Auchan	
Margaux	CHÂTEAU LA BESSANE	2014			19,90	★★	★★	Lavinia	
Margaux	CHÂTEAU LA GURGUE	2016			23,67	★★	★★★	Vinothèque de Bordeaux	
Margaux	CHÂTEAU LA TOUR DE MONS	2018			19,95	★★	★★★	Auchan-Carrefour Hyper	
Margaux	CHÂTEAU LA TOUR DE MONS	2015			21	★★	★★★	Wineandco	
Margaux	CHÂTEAU PAVEIL DE LUZE	2018			18,50	★★★	★★★	Magasins U	♥
Margaux	CHÂTEAU PAVEIL DE LUZE	2015			22,50	★★★	★★★	Monoprix	
Margaux	CHÂTEAU PAVEIL DE LUZE	2012			20,70	★★	★★	La Vignery	
Margaux	BRIO DE CANTENAC BROWN - 2ND DE CANTENAC BROWN	2014			23,50	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux	
Margaux	BARON DE BRANE - 2ND DE BRANE CANTENAC	2017			22	★★	★★★	Millésimes	
Margaux	BARON DE BRANE - 2ND DE BRANE CANTENAC (12 BOUTEILLES)	2014			24,80	★★	★★	La Grande Cave	
Margaux	LES HAUTS DU TERTRE - 2ND DE DU TERTRE	2016			20,20/22,50	★★	★★	Auchan-Casino	
SAINT-JULIEN									
Saint-Julien	CHÂTEAU DU GLANA	2017			19,50/19,95	★★	★★★	Auchan-Carrefour Hyper	
Saint-Julien	CHÂTEAU DU GLANA	2018			19,95	★★	★★★	Magasins U	♥
Saint-Julien	CHÂTEAU LA BRIDANE	2016			18,50	★★	★★	Châteaunet	
Saint-Julien	CHÂTEAU LALANDE BORIE	2014			22,50	★★	★★★	Vinothèque de Bordeaux	
Saint-Julien	CHÂTEAU MOULIN DE LA ROSE	2016			27,28	★★★	★★★	Vinothèque de Bordeaux	
Saint-Julien	CONNÉTABLE DE TALBOT - 2ND DE TALBOT	2018			23,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Saint-Julien	CONNÉTABLE DE TALBOT - 2ND DE TALBOT	2016			24,50	★★	★★	Casino	
Saint-Julien	CONNÉTABLE DE TALBOT - 2ND DE TALBOT	2015			23,80	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux	
Saint-Julien	DULUC DE BRANAIRE DUCRU - 2ND DE BRANAIRE DUCRU	2016			24,95	★★	★★	Magasins U	
Saint-Julien	DULUC DE BRANAIRE DUCRU - 2ND DE BRANAIRE DUCRU	2014			23,00/23,50	★★	★★★	Le Petit Ballon-Châteaunet	
Saint-Julien	LES FIEFS DE LAGRANGE - 2ND DE LAGRANGE	2018			22,90/22,95	★★	★★★	Magasins U-Carrefour Market	♥
Saint-Julien	LES FIEFS DE LAGRANGE - 2ND DE LAGRANGE	2016			24	★★	★★	iDealwine	
Saint-Julien	LES FIEFS DE LAGRANGE - 2ND DE LAGRANGE	2015			23,67/24	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux-Wineandco	
Saint-Julien	SARGET DE GRUAUD LAROSE - 2ND DE GRUAUD LAROSE	2017			22,00/22,20	★★	★★	Repaire de Bacchus-Auchan	
Saint-Julien	SARGET DE GRUAUD LAROSE - 2ND DE GRUAUD LAROSE	2016			22,95	★★	★★	Casino	
PAUILLAC									
Pauillac	CHÂTEAU BELLEGRAVE	2015	5e CC		24,90	★★	★★	Galeries Lafayette	
Pauillac	CHÂTEAU BELLEGRAVE	2015	5e CC		22,90	★★	★★	Châteaunet	
Pauillac	CHÂTEAU FONBADET	2017			26,95	★★	★★	Auchan	
Pauillac	CHÂTEAU HAUT-BAGES MONPELOU (12 BOUTEILLES)	2016			25,20	★★	★★	La Grande Cave	
Pauillac	CHÂTEAU LA FLEUR PEYRABON	2015			25	★★	★★	Wineandco	
SAINT-ESTÈPHE									
Saint-Estèphe	CHÂTEAU COS-LABORY	2017	5e CC		28,95/29,50	★★	★★★	Carrefour Hyper-Auchan	♥
Saint-Estèphe	CHÂTEAU COS-LABORY	2011	5e CC		29,95	★★	★★	Galeries Lafayette-Châteaunet	
Saint-Estèphe	CHÂTEAU BEAU-SITE (12 BOUTEILLES)	2015			19,53	★★	★★	La Grande Cave	
Saint-Estèphe	CHÂTEAU LES ORMES DE PEZ	2018			27,50	★★	★★	La Vignery	
Saint-Estèphe	CHÂTEAU LES ORMES DE PEZ	2015			27,90	★★	★★	Casino	
Saint-Estèphe	CHÂTEAU LES ORMES DE PEZ	2012			24,90	★★	★★	Châteaunet	
Saint-Estèphe	CHÂTEAU LILIAN LADOUYS	2018			18,95	★★	★★★	Carrefour Market & Hyper	
Saint-Estèphe	CHÂTEAU LILIAN LADOUYS	2018			19	★★	★★★	Leclerc	
Saint-Estèphe	CHÂTEAU LILIAN LADOUYS	2016			18,90	★★	★★	Millésimes	
Saint-Estèphe	CHÂTEAU LILIAN LADOUYS	2015			16,95	★★	★★★	Casino	♥
Saint-Estèphe	CHÂTEAU LILIAN LADOUYS	2011			17,90	★★	★★★	Galeries Lafayette-Châteaunet	
Saint-Estèphe	CHÂTEAU PETIT BOCQ	2018			18,50	★★	★★★	Leclerc	
Saint-Estèphe	CHÂTEAU TRONQUOY-LALANDE	2008			25,90	★★	★★	Galeries Lafayette-Châteaunet	
Saint-Estèphe	CHÂTEAU TRONQUOY-LALANDE	2011			29	★★	★★	Galeries Lafayette	

CC : cru classé. GCC : grand cru classé.
● Vin rouge ● Vin blanc ● Vin rosé ● Vin blanc moelleux ● Vin rouge moelleux ★ Satisfaisant ★★ Bon ★★★ Excellent

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 340253

Date : 03 septembre 2020
Page de l'article : p.2-13
Journaliste : OLIVIER BOMPAS ET JACQUES DUPONT

DE 12 A 30 €

APPELLATION	DÉSIGNATION	MILL.	CLASS.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
Saint-Estèphe	LA DAME DE MONTROSE - 2ND DE MONTROSE	2014		●	29,95	★★	★★	Casino	
Saint-Estèphe	MARQUIS DE CALON - 2ND DE CALON SÉGUR	2018		●	28,00	★★	★★	Leclerc	
Saint-Estèphe	MARQUIS DE CALON - 2ND DE CALON SÉGUR	2016		●	24,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Saint-Estèphe	MARQUIS DE CALON - 2ND DE CALON SÉGUR	2015		●	25,50	★★	★★★	Vinothèque de Bordeaux	
Saint-Estèphe	MARQUIS DE CALON - 2ND DE CALON SÉGUR	2014		●	24	★★	★★	iDealwine	
PESSAC-LÉOGNAN									
Pessac-Léognan	CHÂTEAU BOUSCAUT	2011	CC	●	25	★★	★★	Galeries Lafayette	
Pessac-Léognan	CHÂTEAU CARBONNIEUX	2018	CC	●	27,90	★★	★★	Magasins U	
Pessac-Léognan	CHÂTEAU CARBONNIEUX	2017	CC	●	28,90	★★	★★	Carrefour Hyper	
Pessac-Léognan	CHÂTEAU CARBONNIEUX	2017	CC	●	28,95	★★	★★★	Casino	
Pessac-Léognan	CHÂTEAU CARBONNIEUX	2011	CC	●	29,90	★★	★★★	Galeries Lafayette	
Pessac Leognan	CHÂTEAU LATOUR-MARTILLAC	2017	CC	●	28,50/29,90	★★	★★	Auchan-Carrefour Hyper	
Pessac-Léognan	CHÂTEAU OLIVIER	2017	CC	●	27,95	★★	★★★	Casino	
Pessac-Léognan	CHÂTEAU OLIVIER	2016	CC	●	27,90	★★	★★★	Casino	
Pessac-Léognan	CHÂTEAU OLIVIER	2015	CC	●	26,50	★★	★★★	Casino	
Pessac-Léognan	CHÂTEAU BROWN	2017		●	20,90	★★	★★	Auchan	
Pessac-Léognan	CHÂTEAU D'ECK	2015		●	15,95	★★	★★★	Auchan	
Pessac-Léognan	CHÂTEAU DE FRANCE	2016		●	18,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Pessac-Léognan	CHÂTEAU DE ROUILLAC	2016		●	19,95	★★	★★	Magasins U	
Pessac-Léognan	CHÂTEAU DE ROUILLAC	2015		●	19,95	★★	★★	Leclerc	
Pessac-Léognan	CHÂTEAU GAZIN ROCQUENCOURT	2014		●	19,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Pessac-Léognan	CHÂTEAU HANETOT	2016		●	14,90	★★	★★★	Le Petit Ballon	
Pessac-Léognan	CHÂTEAU HAUT BERGEY	2015		●	19,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Pessac Leognan	CHÂTEAU LA GARDE	2018		●	19,50	★★	★★★	La Vignery	
Pessac-Léognan	CHÂTEAU LA GARDE	2017		●	17,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Pessac-Léognan	CHÂTEAU LA LOUVIÈRE	2017		●	21,50	★★	★★★	Leclerc	
Pessac-Léognan	CHÂTEAU LA LOUVIÈRE	2017		●	21,50	★★	★★★	Leclerc	
Pessac-Léognan	CHÂTEAU LA LOUVIÈRE	2016		●	24,90	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Pessac-Léognan	CHÂTEAU LA LOUVIÈRE	2015		●	24,95	★★	★★★	Casino	
Pessac-Léognan	DOMAINE DE LA SOLITUDE	2019		●	16,95	★★	★★★	Magasins U	
Pessac-Léognan	DOMAINE DE LA SOLITUDE	2018		●	17,50	★★	★★★	Magasins U	
Pessac-Léognan	DOMAINE DE LA SOLITUDE	2016		●	19,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Pessac-Léognan	CHÂTEAU TOUR LÉOGNAN SECOND VIN DE CH CARBONNIEUX	2018		●	13,95	★★	★★★	Auchan	
Pessac-Léognan	L DE LA LOUVIÈRE - 2ND DE LA LOUVIÈRE	2018		●	12,90	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Pessac-Léognan	L'ABEILLE DE FIEUZAL - 2ND DE FIEUZAL	2016		●	18,95	★★	★★★	Casino	
Pessac-Léognan	L'ABEILLE DE FIEUZAL - 2ND DE FIEUZAL	2015		●	18,95	★★	★★★	Carrefour Market	
Pessac-Léognan	L'ABEILLE DE FIEUZAL - 2ND DE FIEUZAL	2014		●	17,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Pessac-Léognan	L'ESPRIT DE CHEVALIER - 2ND DE DOMAINE DE CHEVALIER	2016		●	22,90	★★	★★★	Châteaunet	
Pessac-Léognan	L'ESPRIT DE CHEVALIER - 2ND DE DOMAINE DE CHEVALIER	2014		●	21	★★	★★★	Galeries Lafayette	
Pessac-Léognan	LA PARDE HAUT-BAILLY - 2ND DE HAUT BAILLY (12 BOUTEILLES)	2014		●	24	★★	★★★	La Grande Cave	
Pessac-Léognan	LA RÉSERVE DE MALARTIC - 2ND DE MALARTIC-LAGRAVIÈRE	2018		●	19,95/20,50	★★	★★★	Carrefour Hyper-Casino	
Pessac-Léognan	LE DAUPHIN D'OLIVIER - 2ND D'OLIVIER (12 BOUTEILLES)	2016		●	16	★★	★★★	La Grande Cave	
Pessac-Léognan	LE DAUPHIN D'OLIVIER - 2ND D'OLIVIER	2015		●	14,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
GRAVES									
Graves	CHÂTEAU CRABITEY	2017		●	13,25	★★	★★	Monoprix	
Graves	CHÂTEAU DE CHANTEGRIVE	2018		●	13,90	★★	★★	Leclerc	
Graves	CHÂTEAU DE CHANTEGRIVE	2016		●	13,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Graves	CHÂTEAU DE CHANTEGRIVE	2015		●	13,90	★★	★★	Magasins U	
Graves	CHÂTEAU DE CHANTEGRIVE	2014		●	12,50	★★	★★	Châteaunet	
Graves	CHÂTEAU DES PLACES PRESTIGE - MAGNUM	2018		●	14,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	♥
Graves	CHÂTEAU RAHOUL	2018		●	15,95	★★	★★	La Vignery	
Graves	CLOS FLORIDÈNE	2018		●	17,90	★★	★★	Châteaunet	
Graves	CLOS FLORIDÈNE	2016		●	15/15,84	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux-Millésimes	
FRONSAC									
Canon Fronsac	CHÂTEAU CANON PÉCRESSE	2011		●	12,50/13,50	★★	★★	Châteaunet-Galeries Lafayette	
Canon-Fronsac	CHÂTEAU CANON SAINT MICHEL	2018		●	12,50	★★	★★	Casino	
Canon Fronsac	CHÂTEAU VRAI CANON BOUCHE	2012		●	15,50	★★	★★	Galeries Lafayette	
Fronsac	CHÂTEAU DE CARLES	2018		●	12,50	★★	★★	Leclerc	
Fronsac	CHÂTEAU DE CARLES	2016		●	12,76	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux	
Fronsac	CHÂTEAU DE LA DAUPHINE	2012		●	15,90	★★	★★	Galeries Lafayette	
Fronsac	CHÂTEAU LES TROIS CROIX	2016		●	18,90	★★	★★★	Vinothèque de Bordeaux	
Fronsac	CHÂTEAU TESSENDEY	2016		●	13,90	★★	★★	Wineandco	
Fronsac	CHÂTEAU VILLARS	2014		●	14,99	★★	★★	Auchan	
Fronsac	CHÂTEAU VILLARS	2016		●	16,47	★★★★★		Vinothèque de Bordeaux	
POMEROL									
Pomerol	CHÂTEAU BEL-AIR	2018		●	25	★★	★★	Leclerc	
Pomerol	CHÂTEAU BEL AIR	2015		●	22,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Pomerol	CHÂTEAU FRANC MAILLET L'ESQUIVE (12 BOUTEILLES)	2016		●	17,50	★★	★★★	La Grande Cave	
Pomerol	CHÂTEAU LA CROIX DU CASSE (12 BOUTEILLES)	2012		●	27,23	★★	★★	La Grande Cave	
Pomerol	CHÂTEAU LA RENAISSANCE	2016		●	19,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Pomerol	CHÂTEAU MAZEYRES	2016		●	25,60/26,90	★★	★★★	Auchan-Millésimes	♥
Pomerol	CHÂTEAU MAZEYRES	2014		●	22,90	★★	★★	Châteaunet	
Pomerol	CHÂTEAU TAILLEFER	2018		●	24,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Pomerol	CLOS RENÉ	2016		●	28,40	★★	★★	Auchan	
Pomerol	LE SEUIL DE MAZEYRES	2018		●	17,91	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux	
Pomerol	LE SEUIL DE MAZEYRES	2016		●	18,95	★★	★★	Magasins U	
LALANDE-DE-POMEROL									
Lalande-de-Pomerol	CHÂTEAU GRAND ORMEAU	2015		●	17,50	★★	★★	Les Domaines qui montent	
Lalande-de-Pomerol	CHÂTEAU LA CROIX DES MOINES	2016		●	15,99	★★	★★	La Vignery	
Lalande-de-Pomerol	CHÂTEAU LA FLEUR DE BOUARD	2015		●	22,60	★★	★★	Auchan	
Lalande-de-Pomerol	CHÂTEAU MONCETS	2015		●	13,99	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux	
Lalande-de-Pomerol	CHÂTEAU PAVILLON BEAUREGARD	2015		●	21	★★	★★	Wineandco	

CC : cru classé. GCC : grand cru classé.
● Vin rouge ● Vin blanc ● Vin rosé ● Vin blanc moelleux ● Vin rouge moelleux ★ Satisfaisant ★★ Bon ★★★ Excellent

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 340253

Date : 03 septembre 2020
Page de l'article : p.2-13
Journaliste : OLIVIER BOMPAS ET JACQUES DUPONT

DE 12 A 30 €

APPELLATION	DÉSIGNATION	MILL.	CLASS.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/ PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
Lalande-de-Pomerol	CHÂTEAU PERRON	2016			16,99	★★	★★	Monoprix	
Lalande-de-Pomerol	VIEUX CHÂTEAU GACHET	2015			14	★★	★★	Le Petit Ballon	
SAINT-ÉMILION									
Saint-Émilion	CHÂTEAU GRAND CORBIN DESPAGNE	2014	GCC		26,90	★★	★★	iDealwine	
Saint-Émilion	CHÂTEAU GRAND CORBIN DESPAGNE	2011	GCC		28,90	★★	★★★	iDealwine	
Saint-Émilion	CHÂTEAU FONROQUE	2017	GCC		28,90/29,90	★★	★★	Millésimes-Casino	
Saint-Émilion	CHÂTEAU FONROQUE	2014	GCC		26,90	★★	★★★	Châteaunet	♥
Saint-Émilion	CHÂTEAU LAROQUE	2018	GCC		24	★★★	★★★	Leclerc	♥
Saint-Émilion	CHÂTEAU SAINT-GEORGES CÔTE PAVIE	2011	GCC		24	★★	★★★	Galeries Lafayette	
Saint-Émilion	CLOS DES JACOBINS	2018	GCC		26,50	★★	★★	Magasins U	
Saint-Émilion	CHÂTEAU BOUTISSE	2018			15,95	★★	★★	Leclerc	
Saint-Émilion	CHÂTEAU BRUN	2018			14,90	★★	★★	Auchan	
Saint-Émilion	CHÂTEAU CHANTE ALOUETTE	2015			16,50	★★	★★★	Wineandco	
Saint-Émilion	CHÂTEAU DE FONBEL	2012			19,90/20,24	★★	★★	Châteaunet-Vinothèque de Bordeaux	
Saint-Émilion	CHÂTEAU DE FONBEL	2009			24	★★	★★	iDealwine	
Saint-Émilion	CHÂTEAU DE PRESSAC	2017			25,50/25,90	★★	★★	Auchan-Casino	
Saint-Émilion	CHÂTEAU DE PRESSAC	2018			25	★★	★★★	iDealwine	
Saint-Émilion	CHÂTEAU GRAND BARRAIL LAMARZELLE FIGEAC	2015			18,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Saint-Émilion	CHÂTEAU HAUT BRISSON	2018			26,00	★★	★★	La Vignery	
Saint-Émilion	CHÂTEAU LAROZE (12 BOUTEILLES)	2016			28,90	★★	★★★	La Grande Cave	
Saint-Émilion	CHÂTEAU MARTINET	2018			14,90	★★	★★	La Vignery	
Saint-Émilion	CHÂTEAU MOULIN SAINT GEORGES	2008			29	★★	★★	iDealwine	
Saint-Émilion	CHÂTEAU PUY-BLANQUET	2018			19	★★	★★	Leclerc	
Saint-Émilion	CHÂTEAU SIMARD	2018			16,90	★★	★★	Magasins U	
Saint-Émilion	LA BIENFAISANCE DE CHÂTEAU SANCTUS	2017			18,50	★★	★★	Monoprix	
Saint-Émilion	LE PETIT TRIANON	2016			14,90	★★	★★	Casino	
Saint-Émilion	CLOS LA GAFFELIÈRE - 2ND DE LA GAFFELIÈRE	2018			21,95/22,00	★★	★★	Carrefour Hyper-Leclerc	
Saint-Émilion	CLOS LA GAFFELIÈRE - 2ND DE LA GAFFELIÈRE	2017			19,95/21,50	★★	★★	Carrefour Market-Casino	
Saint-Émilion	CLOS LA GAFFELIÈRE - 2ND DE LA GAFFELIÈRE	2016			20,20	★★	★★	Auchan	
LES CÔTES									
Francs-Côtes-de-Bordeaux	CHÂTEAU LA PRADE	2016			12,50	★★	★★	Galeries Lafayette-Châteaunet	
Francs-Côtes-de-Bordeaux	CHÂTEAU LA PRADE	2015			12,90	★★	★★	Wineandco	
Francs-Côtes-de-Bordeaux	CHÂTEAU PUYGUERAUD	2016			13,50	★★	★★	Châteaunet	
Blaye-Côtes-de-Bordeaux	CHÂTEAU MONTFOLLET - LE VALENTIN - MAGNUM	2018			16,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Castillon-Côtes-de-Bordeaux	CHÂTEAU D'AIGUILHE	2011			18,92	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux	
Castillon-Côtes-de-Bordeaux	CHÂTEAU JOANIN BÉCOT	2015			14,20	★★	★★★	Auchan	
SAUTERNES									
Sauternes	CHÂTEAU RABAUD PROMIS	2015	1ER CC		26,95	★★★	★★★	Carrefour Hyper	♥
Sauternes	CHÂTEAU D'ARCHE	2015			20,95	★★★	★★★	Casino	
Sauternes	CARMES DE RIEUSSEC - 2ND DE RIEUSSEC	2011			22,95	★★	★★★	Magasins U	
Sauternes	CARMES DE RIEUSSEC - 2ND DE RIEUSSEC	2009			23,85	★★	★★★	Vinothèque de Bordeaux	
Loupiac	CHÂTEAU DU CROS	2017			13,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
BOURGOGNE									
Bourgogne	DOMAINE MICHEL SARRAZIN ET FILS	2018			12,95	★★	★★	Châteaunet	
Bourgogne	DOMAINE LAFARGE MICHEL	2017			17,80	★★	★★	Millésimes	
Bourgogne	JEAN-CLAUDE BOISSET - LES URSULINES	2018			12,50	★★	★★★	Monoprix	
Bourgogne	LOUIS JADOT - COUVENT DES JACOBINS	2018			12,50	★★	★★	Châteaunet	
Bourgogne	MAISON CHANSON	2018			14,95	★★	★★	Monoprix	
Bourgogne-Hautes-Côtes-de-Beaune	DOMAINE JEAN-LUC JOILLOT	2018			12,50	★★	★★	Les Domaines qui montent	
Bourgogne-Hautes-Côtes-de-Nuits	DOMAINE REMORIQUET	2018			15,00	★★	★★	Les Domaines qui montent	
Bourgogne-Hautes-Côtes-de-Nuits	DOMAINE ROBLOT-MARCHAND	2016			13,25	★★	★★	Châteaunet	
Bourgogne-Hautes-Côtes-de-Nuits	LAURENT ROUMIER - LA POIRELOTTE	2017			21,00	★★	★★	iDealwine	
Chablis	DOMINIQUE GRUHIER	2018			12,50	★★	★★★	iDealwine	
Chablis 1ER Beauroy	DOMAINE VERRET	2019			14,50	★★	★★★	Magasins U	♥
Chablis 1ER Cru Blanc Vaucoupin	DOMAINES BROCARD	2017			14,95	★★	★★	Carrefour Proxi	
Chablis 1ER Cru Côte de Léchet	LA CHABLISIENNE	2015			19,00	★★	★★★	Galeries Lafayette	
Chablis 1ER Cru Les Vaillons	GAUTHERON	2018			16,43	★★	★★	Twil	
Chablis 1ER Cru Montmains	MAISON OLIVIER TRICON	2017			14,90	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Chablis 1ER Cru Vau de Vey	FAMILLE BROCARD	2019			16,90	★★	★★	Auchan	
Auxey-Duresses	DOMAINE FABIEN COCHE	2018			19,50	★★	★★★	Millésimes	
Auxey-Duresses	DOMAINE JEAN ET GILLES LAFOUGE	2017			25,00	★★	★★★	Galeries Lafayette	
Auxey-Duresses	DOMAINE PRUNIER-DAMY - VIEILLES VIGNES	2018			15,99	★★	★★	Lidl	
Beaune	DOMAINE JEAN-LUC JOILLOT - MONTAGNE SAINT-DÉSIRÉ	2017			25,00	★★	★★	Les Domaines qui montent	
Beaune	DOMAINE LAMY PILLOT - LES BLANCHES FLEURS	2018			25,00	★★	★★	Les Domaines qui montent	
Beaune	DOMAINE LAMY PILLOT - LES BLANCHES FLEURS	2017			25,00	★★	★★	Les Domaines qui montent	
Beaune Cent-Vignes 1ER Cru	DOMAINE ALBERT MOROT	2018			27,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Chassagne-Montrachet	DOMAINE BOUZEREAU GRUÈRE	2017			25,95	★★	★★	Casino	
Chorey-Les-Beaune	OLIVIER DECELLE	2017			21,50	★★	★★	Magasins U	
Côte-de-Beaune	DOMAINE DU LYCÉE VITICOLE	2018			12,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Côte-de-Beaune-Villages	BOUCHARD PÈRE ET FILS	2015			13,50	★★	★★★	Magasins U	
Côte-de-Beaune-Villages	DOMAINE CHANTAL LESCURE - CLOS DES TOPES BIZOT	2018			20,90	★★	★★	iDealwine	
Côte-de-Nuits-Villages	FRÉDÉRIC MAGNIEN - CŒUR DE ROCHES	2017			17,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Gevrey-Chambertin	DOMAINE TORTOCHOT - VIEILLES VIGNES	2018			29,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	♥
Givry 1ER Cru	DOMAINE MICHEL GOUBARD & FILS	2019			14,80	★★	★★	Leclerc	
Macon-Milly-Lamartine	DOMAINE LES HÉRITIERS DU COMTE LAFON	2018			14,90	★★	★★★	Millésimes	
Mâcon-Milly-Lamartine	DOMAINE DE LA ROCHETTE - MONTAGNE DE CRAS	2019			12,50	★★	★★	Monoprix	
Maranges 1ER Cru La Fussière	DOMAINE MAURICE CHARLEUX ET FILS	2018			16,99	★★	★★	Match	
Maranges 1ER Cru La Fussière	DOMAINE THOMAS MOREY	2017			18,00	★★	★★	Millésimes	
Marsannay	DOMAINE SYLVAIN PATAILLE	2018			24,50	★★	★★	Lavinia	
Marsannay Les Longeroies	DOMAINE CAMILLE GIROUD	2015			24,00	★★	★★★	iDealwine	
Mercurey	DOMAINE DU FOUR BASSOT - LES TERROIRS	2019			13,75	★★	★★	Auchan	
Mercurey	MAISON ALBERT BICHOT	2018			20	★★	★★	Les Domaines qui montent	
Montagny	MAISON JOSEPH DROUHIN	2018			14,50	★★	★★	Monoprix	

CC: cru classé. GCC: grand cru classé.
● Vin rouge ● Vin blanc ● Vin rosé ● Vin blanc moelleux ● Vin rouge moelleux ★ Satisfaisant ★★ Bon ★★★ Excellent

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 340253

Date : 03 septembre 2020
Page de l'article : p.2-13
Journaliste : OLIVIER BOMPAS ET JACQUES DUPONT

DE 12 À 30 €

APPELLATION	DÉSIGNATION	MILL.	CLASS.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/ PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
Monthélie 1er Cru	BOUCHARD PÈRE & FILS LES DURESSES	2014		●	25,42	★★	★★	La Vignery	
Morey-Saint-Denis	NUITON BEAUNOY - LES SIONNIÈRES	2016		●	25,50	★★	★★	La Vignery	
Nuits-Saint-Georges	DOMAINE FLEUROT - VIEILLES VIGNES	2018		●	21,95	★★	★★	Magasins U	
Nuits-Saint-Georges	DOMAINE REMORIQUET	2018		●	25	★★	★★★	Les Domaines qui montent	♥
Nuits-Saint-Georges	LES ALLOTS DOMAINE REMORIQUET	2017		●	30	★★	★★	Les Domaines qui montent	
Pernand-Vergelesses	DOMAINE PAVELOT	2018		●	25,50	★★	★★	Lavinia	
Pommard	BOUCHARD PÈRE ET FILS - CUVÉE LES CORBINS	2017		●	26,95/27,49	★★	★★	Magasins U-Match	
Pommard	DOMAINE CYROT-BUTHIAU	2018		●	21,99	★★	★★★	Auchan	♥
Pouilly-Fuissé	CHÂTEAU RONTETS - CLOS VARAMBON	2017		●	27	★★	★★★	La Vignery	
Pouilly-Fuissé	CHRISTIAN COLLOVRAY ET JEAN-LUC TERRIER	2019		●	15,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	♥
Pouilly-Fuissé	CHRISTOPHE CORDIER - VIEILLES VIGNES	2019		●	18,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Pouilly-Fuissé	DOMAINE TROUILLET	2019		●	14,95	★★	★★★	Intermarché	
Pouilly-Loché	DOMAINE TROUILLET LES MÛRES	2018		●	14,99	★★	★★	Intermarché	
Rully	DOMAINE P&M JACQUESON	2018		●	18,50	★★	★★★	Châteaunet	
Saint Aubin	LOUIS JADOT	2015		●	27,20	★★	★★	La Vignery	
Saint-Aubin	DOMAINE PRUDHON - LE BAN	2018		●	18,95	★★	★★★	Casino	♥
Saint-Véran	RIJCKAERT F. ROUVE - HAUTE CUVÉE	2019		●	14,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Saint-Véran	CHRISTOPHE CORDIER - VIEILLES VIGNES	2018		●	13,95	★★	★★	Casino	
Santenay	DOMAINE CAPUANO FERRERI - VIEILLES VIGNES	2017		●	17,34	★★	★★	La Vignery	
Santenay 1er Cru Grand Clos Rousseau	DOMAINE THOMAS MOREY	2017		●	22,95	★★	★★★	Millésimes	
Santenay 1er Cru La Maladière	BOUCHARD PÈRE & FILS	2015		●	22,50	★★	★★	Casino	
Santenay 1er Cru Les Cabottes	LES FRÈRES MUZARD - VIEILLES VIGNES	2018		●	19,95	★★	★★★	Leclerc	
Savigny-Lès-Beaune	DOMAINE PHILIPPE GIRARD - VIEILLES VIGNES	2018		●	16,90	★★★	★★★	Leclerc	♥
Viré-Clessé	DOMAINE ALEXIS ET CÉCILE GONDART	2019		●	12,50	★★	★★	Les Domaines qui montent	
BEAUJOLAIS									
Morgon	CHÂTEAU DES JACQUES - ROCHE NOIRE	2017		●	13,25	★★	★★★	Monoprix	
Morgon	DOMAINE FLACHE SORNAY	2017		●	12,30	★★	★★	Repaire de Bacchus	
Morgon	DOMAINE JEAN FOILLARD	2017		●	13,95	★★	★★★	Châteaunet	
Morgon	LOUIS CLAUDE DESVIGNES - LES VIGNES DE LA VOUTE	2019		●	12,90	★★	★★★	Monoprix	♥
Morgon-Côte-de-Py	JEAN-PAUL BRUN TERRES DORÉES JAVERNIÈRES	2017		●	16,20	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux	
Morgon-Côte-de-Py	DOMAINE PIRON	2017		●	15,90	★★	★★	Wineandco	
Moulin-à-Vent	DOMAINE DES NUGUES - AUX FROMENTAUX	2018		●	12,90	★★	★★★	Monoprix	
Moulin-à-Vent	DOMAINE DU VISSOUX - LES TROIS ROCHES	2017		●	15,90	★★	★★★	Châteaunet	
Saint-Amour	DOMAINE DE LA PIROLETTE	2017		●	12,50	★★	★★★	Châteaunet	
VAL DE LOIRE									
Anjou	DOMAINE BAUDOUIN - COTEAUX D'ARDENAY	2015		●	18,50	★★★	★★	La Vignery	
Anjou	DOMAINE BAUDOUIN - EFFUSION	2017		●	19,20	★★★	★★★	La Vignery	
Anjou	DOMAINE BAUDOUIN - LA FRESNAY	2018		●	18,40	★★★	★★	La Vignery	

CC : cru classé. GCC : grand cru classé.
● Vin rouge ● Vin blanc ● Vin rosé ● Vin blanc moelleux ● Vin rouge moelleux ★ Satisfaisant ★★ Bon ★★★ Excellent

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 340253

Date : 03 septembre 2020
Page de l'article : p.2-13
Journaliste : OLIVIER BOMPAS ET JACQUES DUPONT

DE 12 A 30 €

APPELLATION	DÉSIGNATION	MILL.	CLASS.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/ PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
Bonnezeaux	CHÂTEAU DE FESLES	2013			19,90	★★	★★★	Monoprix	
Bourgueil	DOMAINE BEL AIR - LES VINGT LIEUX-DITS	2016			12,50	★★	★★★	Châteaunet	
Chinon	COULY DUTHEIL - LA CLOSERIE	2018			12,30	★★	★★	Nicolas	
Ménetou-Salon	DOMAINE PELLÉ - MOROGUES	2018			13,50	★★	★★	Millésimes	
Muscadet-Sèvre-et-Maine-sur-Lie	JO LANDRON - AMPHIBOLITE NATURE	2018			12	★★	★★★	Lavinia	
Pouilly-Fumé	DOMAINE LEBRUN	2018			13,90	★★	★★★	Wineandco	
Pouilly-Fumé	VIGNOBLES BERTHIER - SÉLECTION JEAN MARIE BERTHIER	2019			15,00	★★	★★★	Les Domaines qui montent	
Quincy	DOMAINE DU TREMBLAY - CUVÉE VIEILLES VIGNES	2019			12,50	★★	★★★	Les Domaines qui montent	
Sancerre	ALPHONSE MELLOT - LA MOUSSIÈRE	2018			17,90	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Sancerre	DOMAINE FRANÇOIS CROCHET	2019			15,90	★★	★★★	iDealwine	
Sancerre	DOMAINE ROBLIN-LES CÔTES	2018			12,49	★★	★★	Match	
Sancerre	JOSEPH MELLOT - GRANDE CHATELAINE	2016			19,90	★★	★★★	Twil	♥
Sancerre	PAUL PRIEUR & FILS	2017			15,50	★★	★★	Lavinia	
Saumur	CHÂTEAU DU HUREAU - ARGILE	2018			14,45	★★	★★	Vinothèque de Bordeaux	
Saumur-Champigny	DOMAINE DES ROCHES NEUVES	2018			13,50	★★	★★	Wineandco-Châteaunet	
ALSACE									
Alsace Engelgarten	DOMAINE MARCEL DEISS	2016			25,90	★★★	★★★	iDealwine	
Alsace Gentil	DOMAINE WEINBACH	2018			13,50	★★	★★★	Galeries Lafayette	
Alsace Riesling VT	DOMAINE TRIMBACH	2018			18,90	★★★	★★★	Casino	♥
Alsace Gewurztraminer	DOMAINE OSTERTAG - LES JARDINS	2018			24	★★★	★★★	La Vignery	♥
Alsace Gewurztraminer Westhoffen	DOMAINE LOEW	2017			12,90	★★	★★★	Châteaunet	
Alsace Gewurztraminer Westhoffen	DOMAINE LOEW	2017			13,50	★★	★★★	Galeries Lafayette	
Alsace Pinot-Gris	DOMAINE ALBERT MANN	2017			14,95	★★	★★★	Châteaunet	
JURA									
Château-Châlon	FRUITIÈRE DE VOITEUR	2013			24,50	★★	★★★	Magasins U	♥
LANGUEDOC-ROUSSILLON									
Languedoc	DOMAINE DU PAS DE L'ESCALETTE - LES PETITS PAS	2018			13,50	★★★	★★★	Châteaunet	
Languedoc	MYLÈNE BRU - 1,2,3 SOLEIL	2017			13,50	★★★	★★★	Lavinia	♥
Languedoc-Montpeyroux	DOMAINE D'AUPILHAC - CUVÉE LES TRUFFIÈRES	2018			12,95	★★★	★★★	Carrefour Hyper	♥
Pic-Saint-Loup	BERGERIE DU CAPUCIN - DAME JEANNE	2018			12	★★	★★★	Repaire de Bacchus	
Pic-Saint-Loup	DOMAINE CHRISTOPHE PEYRUS	2016			15	★★★	★★★	iDealwine	♥
Pic-Saint-Loup	DOMAINE PÉGALINE - L'ÉLÉMENTAIRE	2018			14,80	★★	★★	Twil	
Faugères	JEAN-MICHEL ALQUIER - LES PREMIÈRES	2016			15,90	★★★	★★★	Châteaunet	♥
Faugères	MAS ONÉSIME - LE PARADIS CACHÉ	2017			12,50	★★	★★★	Les Domaines qui montent	
Minervois-la-Livinière	CHÂTEAU SAINTE EULALIE - LA CANTILÈNE	2016			13,32	★★	★★	La Vignery	
Corbières-Boutenac	CHÂTEAU LA VOULTE GASPARETS - CUVÉE ROMAIN PAUC	2018			18,50	★★	★★★	Carrefour Hyper	♥
Malepère	CHÂTEAU DE SERRES	2017			7,50	★★	★★★	Les Domaines qui montent	
Côtes-du-Roussillon	CLOS DES FÉES - LES SORCIÈRES	2019			11,95/12,50	★★	★★	Carrefour Hyper-Lavinia	
Côtes-du-Roussillon-Villages Caramany	DOMAINE MODAT - COMME AVANT	2016			12,50	★★	★★	Les Domaines qui montent	
Collioure	DOMAINE MADELOC - MAGENCA	2017			16,50	★★	★★★	La Vignery	
Collioure	LA RECTORIE - CÔTÉ MER	2018			12	★★	★★★	iDealwine	
Collioure	LA RECTORIE - CÔTÉ MER	2018			12	★★	★★★	iDealwine	♥
Maury	MAS AMIEL - 20 ANS	NM			26,90	★★★	★★★	Magasins U	♥
Rivesaltes	MARC PARCÉ - HORS D'ÂGE	NM			14,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Rivesaltes	MARC PARCÉ - 29 ANS	1990			29,95	★★★	★★★	Carrefour Hyper	♥
Igp cité de carcassonne	DOMAINE DE SERRES - LES PINS DE SERRES	2018			5,00	★★	★★★	Les Domaines qui montent	
Igp Aveyron	OLIVIER JULLIEN - LE TRESCOL	2016			17,90	★★★	★★★	iDealwine	♥
PROVENCE									
Bandol	CHÂTEAU VANNIÈRES	2019			12,95	★★	★★	Casino	
CORSE									
Corse-Sartène	SANT ARMETTU - MYRTUS	2018			23	★★★	★★★	Repaire de Bacchus	
Ajaccio	DOMAINE COMTE PÉRALDI	2018			13,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
VALLÉE DU RHÔNE									
Côtes-du-Rhône-Villages-Sablet	DOMAINE DES PASQUIERS - CUVÉE PRESTIGE	2015			12,50	★★	★★★	Les Domaines qui montent	
Cairanne	DOMAINE ORATOIRE ST MARTIN - RÉSERVÉ DES SEIGNEURS	2017			13	★★	★★★	Galeries Lafayette	
Vacqueyras	DOMAINE DE MONTVAC - ARABESQUE	2017			13,90	★★	★★	Galeries Lafayette	
Châteauneuf-du-Pape	DOMAINE ROGER PERRIN	2016			22	★★	★★★	Le Petit Ballon	
Châteauneuf-du-Pape	VIGNOBLE ABEILLE	2018			22,95	★★	★★	Match	
Châteauneuf-du-Pape	CHÂTEAU DE LA GARDINE	2018			29,95	★★	★★	Magasins U	
Châteauneuf-du-Pape	DOMAINE RAYMOND USSEGLIO	2017			22,50	★★★	★★★	iDealwine	♥
Crozes-Hermitage	DOMAINE COMBIER - CUVÉE LAURENT COMBIER	2018			13,90	★★	★★★	Wineandco	♥
Crozes-Hermitage	DOMAINE P. ET V. JABOULET - SENSATIONS FORTES	2018			12,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Saint-Joseph	DOMAINE AURÉLIEN CHATAGNIER	2016			18,50/19	★★	★★★	Châteaunet-Galeries Lafayette	
Saint-Joseph	DOMAINE BERNARD GRIPA	2018			23,90	★★	★★★	Millésimes	
Saint-Joseph	DOMAINE COURBIS	2017			15	★★	★★★	iDealwine	
Saint-Joseph	DOMAINE COURSODON - SILICE	2018			20,90	★★	★★★	Millésimes	
Saint-Joseph	DOMAINE FRANÇOIS VILLARD - POIVRE ET SOL	2017			18,50	★★	★★★	Châteaunet	
Saint-Joseph	DOMAINE GUY FARGE - VIEILLES VIGNES	2017			16,90	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Saint-Joseph	MAISON DELAS - LES CHALLEYS	2018			15,00/15,50	★★★	★★★	Galeries Lafayette-Châteaunet	♥
Cornas	CAVE DE TAIN L'HERMITAGE	2016			23,18	★★	★★★	La Vignery	
Cornas	CAVE DE TAIN L'HERMITAGE - LES PETITES CABANES	2016			23,90	★★	★★★	Leclerc	
Cornas	DOMAINE DURAND - PRÉMICES	2018			23,40	★★	★★★	Vinothèque de Bordeaux	
Côte-Rôtie	TARDIEU LAURENT - LES LAUZIÈRES	2018			27,60	★★★	★★★	Auchan	♥
SUD-OUEST									
Madiran	CHÂTEAU BOUSCASSÉ - BRUMONT	2015			14,90	★★	★★★	Wineandco	♥
Madiran	CHÂTEAU BOUSCASSÉ - BRUMONT	2014			15,50	★★	★★	La Vignery	
Madiran	CHÂTEAU MONTUS - BRUMONT	2014			21,95/23	★★	★★	Carrefour Hyper-La Vignery	
Madiran	CHÂTEAU MONTUS - BRUMONT	2012			20	★★	★★	Wineandco	
Côtes-du-Marmandais	ELIAN DA ROS - CHANTE COUCOU	2016			20,50	★★★	★★★	La Vignery	
Côtes-du-Marmandais	ELIAN DA ROS - COUCOU	2017			22	★★	★★★	La Vignery	
Gaillac	DOMAINE CAUSSE MARINES - PEYROUZELLES	2016			12,90	★★	★★	Châteaunet	
Jurançon	CAMIN LARREDYA - COSTAT DARRER	2018			14,45	★★	★★★	Vinothèque de Bordeaux	
Jurançon	DOMAINE CAUHAPE - SYMPHONIE DE NOVEMBRE	2015			19,50	★★	★★	La Vignery	

CC : cru classé. GCC : grand cru classé.
● Vin rouge ● Vin blanc ● Vin rosé ● Vin blanc moelleux ● Vin rouge moelleux ★ Satisfaisant ★★ Bon ★★★ Excellent

Tous droits réservés à l'éditeur

L'EXPRESS SUPPLÉMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

Page non disponible



Date : Du 03 au 09 septembre 2020
Page de l'article : p.19

Foire aux vins

Cavistes

La Grande Épicerie de Paris (Le Bon Marché)

du 9 septembre au 15 octobre

	APPELLATION	NOM du VIN/de la CUVÉE	TYPE	MILLÉSIME	PRIX EN €
BEAUJOLAIS	Morgon	Domaine Jean Foillard *Côte du Py*		2018	18,90
BORDEAUX	Pauillac	Château Pontet-Canet		2011	94,50
BOURGOGNE	Rully-premier-cru	Domaine Jaeger-Defaix *Clos du Chapitre*		2017	27,50
LANGUEDOC	Corbières	Domaine Sainte Marie des Crozes *Premiers pas sur la lune*		2019	8,50
	Minervois	Domaine Jean-Baptiste *Senat Ornicar*		2019	14,50
LOIRE	Côte-roannaise	Domaine Sérol *Les Originelles*		2019	8
	Touraine	Domaine de la Garrelière *Le Blanc de la Mariée*		2019	8,90
RHÔNE	Côtes-du-rhône	Domaine Gramenon *Poignée de raisins*		2018	11,50
	Crozes-hermitage	Domaine Combier		2017	17,90
SUD-OUEST	Cahors	Mas del Périé *Les Escures*		2018	11,90

Bio Biodynamie Bio non certifié rouge blanc

Lavinia

du 8 au 29 septembre

	APPELLATION	NOM du VIN/de la CUVÉE	TYPE	MILLÉSIME	PRIX EN €
BOURGOGNE	Mâcon-verzé	Domaine Leflaive		2018	25
	Pernand-vergelesses	Domaine Pavelot		2017	25,50
CORSE	IGP Ile-de-beauté	Domaine Zuria		2018	37
LANGUEDOC	Coteaux-du-languedoc	Domaine Clavel *Le Mas*		2018	10
	Coteaux-du-languedoc	Domaine Mylène Bru *1,2,3 Soleil*		2017	13,50
LOIRE	Saumur-champigny	Pierre-Adrien Vadé		2018	15
	Cheverny	Hervé Villemade *Le Clos du Meunet*		2018	15,50
	Anjou	Domaine Belargus *Ronceray*		2018	28
RHÔNE	Côtes-du-rhône	Domaine Matthieu Dumarcher *Gustave*		2016	12
	Côtes-du-rhône	Domaine Marcel Richaud *Mistral*		2018	10
SAVOIE	Vin de France	Les Grangeons de l'Albarine *Combemand - La Cluse des Peintres*		2018	16,50
ITALIE	Terre Sicilliane	Arianna Occhipinti *SP 68*		2019	17,50

Bio Biodynamie Exclusivité Lavinia rouge blanc

Le Repaire de Bacchus

du 14 septembre au 11 octobre

	APPELLATION	NOM du VIN/de la CUVÉE	TYPE	MILLÉSIME	PRIX EN €
BOURGOGNE	Côtes-d'auxerre	Domaine Bersan *Chardonnay*		2017	12,50
	Bourgogne	Domaine *Lequin-Colin*		2018	17,60
	Haute-côte-de-beaune	Denis Carré *La Perrière*		2017	19,90
LANGUEDOC	IGP Pays-d'oc	Domaine Les Yeuses *Syrah Les Epices*		2018	7,90
	Terrasses-du-larzac	Le Mas de l'Ecriture *L'Emotion*		2018	14
	Pic-saint-loup	Christophe Peyrus		2016	23
LOIRE	Coteaux-du-giennois	Domaine François Crochet *Les Perrois*		2019	10,50
	IGP Val-de-loire	Pascal Jolivet *Attitude*		2019	11
RHÔNE	IGP Méditerranée	Famille Quiot *Filature*		2017	5,50
	Visan	Stéphane Ogier *Les Artistes*		2018	10,90
SUD-OUEST	IGP Comté-tolosan	Lionel Osmin & Cie *Prunelard*		2016	10

Bio rouge blanc

Nicolas

du 9 septembre au 13 octobre

	APPELLATION	NOM du VIN/de la CUVÉE	TYPE	MILLÉSIME	PRIX EN €
ALSACE	Alsace	Pierre Sparr *Riesling Granit*		2016	8,40
BORDEAUX	Haut-médoc	L'Orme de Rauzan-Gassies		2014	16,10
BOURGOGNE	Bourgogne-côte-d'or	Nuiton Beaunoy		2018	9,20
	Santenay-premier-cru	Domaine Roux *Beaurepaire*		2017	29,80
LANGUEDOC	IGP Pays-d'oc	Domaine de Crès *Ricards Esprit*		2019	6,30
LOIRE	Muscadet-de-sèvre-et-maine	Château de L'Hyvernière		2018	5,70
	Chinon	Couly-Dutheil *La Closerie*		2018	12,30
	Savennières	Le Tour d'FL		2019	14,75
RHÔNE	Lirac	Domaine Pélaquié		2017	8,75
	Saint-joseph	Cave de Tain *Les Rialzes*		2018	19,75
SUD-OUEST	Côtes-de-duras	Les Vignerons de Berticot *Cuvée Première*		2018	5,85

Bio rouge blanc

Nos coups de cœur



LA GRANDE ÉPICERIE DE PARIS
Domaine Sérol *Les Originelles*
Côte-roannaise 2019
Bio **8 €.**
Le vigneron référence de l'appellation la plus méridionale de la Loire tire de ses gamays une fraîcheur et une gourmandise rares.



LAVINIA
Domaine Clavel *Le Mas*
Languedoc 2018
Biodynamie **10 €.**
Ce vin de copains se montre juteux à souhait, éclatant de fruits rouges bien mûrs et croquants. Une véritable pépite du Languedoc.



LE REPAIRE DE BACCHUS
Domaine François Crochet *Les Perrois*
Coteaux-du-giennois 2019 Bio **10,50 €.**
Surtout connu pour ses sancerres d'excellence, le vigneron de Bué présente ici un formidable sauvignon issu de l'appellation voisine.



NICOLAS
Le Tour d'FL
Savennières 2019
Bio **14,75 €.**
En Anjou, le chenin est roi. Celui-ci, très vif, recèle des arômes de coing, de poire, de miel et de vanille rafraîchis par des notes mentholées. Un modèle d'équilibre.

Tous droits réservés à l'éditeur

L'OBS

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 359285





Date : Du 03 au 09 septembre 2020
Page de l'article : p.4-5
Journaliste : RACHELLE LEMOINE

SPÉCIAL FOIRES AUX VINS

À BOIRE OU À GARDER

Le bon cru 2020

Les foires aux vins d'automne s'annoncent attrayantes avec une offre à des prix très accessibles. Une aubaine pour ceux qui ont puisé dans leur cave durant le confinement et ne veulent pas se ruiner pour reconstituer leur cave

Par **RACHELLE LEMOINE**

C'est la bonne nouvelle de cette rentrée : la grande distribution propose une grande partie de sa sélection de vins à moins de 10 euros, voire la majorité à moins de 15 euros. Surtout, le niveau de qualité des bouteilles est bon. Pas forcément chez tous les distributeurs, mais, sur les 25 enseignes couvertes ici – grande distribution, chaînes de cavistes, sites internet spécialisés ou généralistes –, on constate la mise en avant de domaines, de vignerons et d'un nouveau négoce qui proposent des cuvées très réjouissantes, basées sur la gourmandise, la fraîcheur et le plaisir. Afin de profiter de toutes ces opportunités et pour refaire sa cave sans se ruiner, voici deux options de sélection selon son objectif : vins à boire ou vins à garder, pour un budget compris entre 100 et 200 euros.

Plus qu'une cave, il s'agit d'une base qui permet de découvrir des cuvées qu'on pourra ensuite acheter directement chez le producteur si elles ont su séduire le palais. Pour de tels budgets, le nombre de bouteilles est forcément limité – 14 à boire et 12 à garder. Ici, pas d'appellations ronflantes ou d'étiquettes rutilantes. Mais de très bons vins, voire d'excellents, qui sauront ravir toutes les papilles. ■

LES DATES DES FOIRES AUX VINS

Auchan
du 22 septembre au 6 octobre

Biocoop
du 8 septembre au 17 octobre

Carrefour
du 8 au 21 septembre

Casino *du 28 août au 13 septembre*

cdiscount.com
du 3 au 27 septembre

chateaunet.com
du 5 au 26 septembre

Duclot la cave, Galeries Lafayette
du 5 au 26 septembre

idealwine.com
du 15 septembre au 6 octobre

Intermarché
du 8 au 27 septembre

Lavinia
du 8 au 29 septembre

E. Leclerc
du 29 septembre au 10 octobre

Le Repaire de Bacchus
du 14 septembre au 11 octobre

Lidl *à partir du 2 septembre*

Magasins U
du 29 septembre au 10 octobre

millesimes.com
du 15 septembre au 6 octobre

Monoprix
du 18 septembre au 4 octobre

Nicolas
du 9 au 13 septembre

twil.fr
du 8 septembre au 15 octobre

veepee.fr *à partir du 2 septembre*

vin-malin.fr
du 15 septembre au 6 octobre

wineandco.com *du 26 août au 6 octobre*

LA CAVE À BOIRE

Constituée de 14 bouteilles, cette cave « à boire » doit compter autant de rouges que de blancs, sans oublier les bulles. Parmi la liste ci-dessous, on choisira une composition de deux flacons d'un même effervescent, six de vin blanc avec deux cuvées distinctes offrant des cépages différents, et six de vin rouge d'une même cuvée. Résultat? En privilégiant les bouteilles les moins chères dans chaque catégorie, on obtient un total de 95,18 euros et de 193,27 euros avec les plus onéreuses. Les différentes cuvées proposées sont toutes prêtes à boire dès maintenant. Elles doivent permettre d'approvisionner tout un repas, dès l'apéritif, ou bien d'être ouvertes lors d'un apéro dînatoire, d'où l'intérêt d'avoir plusieurs bouteilles de chaque.

LES EFFERVESCENTS

Vive-la-Joie 2013
Crémant de Bourgogne brut, Bailly Lapierre
Mieux qu'un « petit » champagne, il enchante avec ses saveurs gourmandes, fruitées et pâtissières, sa vivacité et sa fraîcheur.
10,99 € sur cdiscount.com

Champagne brut premier cru
Louis Brochet
A l'apéro ou à table, son parfum, sa finesse et son harmonie ne laisseront personne de marbre.
23,90 € au Repaire de Bacchus

LES VINS BLANCS

① Sauvignon 2019
Touraine blanc, Domaine de Cray
Un sauvignon comme on les aime, sans caricature, avec une belle finale salivante.
6,50 € sur millesimes.com



Beaujolais blanc 2018
Manoir du Carra
Parce que dans le beaujolais, il n'y a pas que du rouge et que le chardonnay y est excellent!
8,90 € au Repaire de Bacchus

② Bourgogne aligoté 2018
Domaine Geantet-Pansiot
Fluide et d'une fraîcheur absolue, il séduit par son bouquet d'agrumes et de verveine.
9 € sur vin-malin.fr

Clos du Milieu 2018
Muscadet-sèvre-et-maine sur lie, Domaine Pierre Luneau-Papin, bio
Carafé avant d'être dégusté, il révèle tout son parfum de fenouil, d'aneth et d'amande fraîche.
9,69 € à Monoprix

LES VINS ROUGES

Sarmentine 2018
Bordeaux rouge, François Thienpont, bio
Elevé en cuve Inox, ce pur merlot ravit par son panier de fruits rouges frais, son équilibre et sa belle finale.
4,50 € sur veepee.com

Tous droits réservés à l'éditeur

Bordeaux rouge 2016
Château Barreyre
Profond et gourmand, il offre une bouche soyeuse au fruité intense. Un pur régal à boire maintenant.
4,90 € sur chateaunet.com

Castillon-côtes-de-bordeaux 2016
Château Rochers Bellevue, bio
Une cuvée en biodynamie, pulpeuse et soyeuse en bouche avec une belle matière à ce prix-là? Chapeau bas!
4,95 € à Carrefour

Petit Champ 2015
Bordeaux rouge, Château Champ des Treilles, bio
Sublime millésime pour ce domaine en biodynamie qui offre une cuvée friande et intense.
7,90 € à Duclot la cave, Galeries Lafayette

③ Moulis-en-médoc 2012
Château Brillette
A son apogée, il est à découvrir absolument pour le plus grand plaisir des papilles.
14,90 € aux Magasins U





De Natura Rerum 2019
Côtes-du-rhône villages rouge, Dauvergne Ranvier, bio
De l'intensité aromatique et de la fraîcheur pour cette cuvée qui se fait charnue en bouche et très équilibrée.
6,95 € à Carrefour

Côtes-du-rhône villages rouge 2019
La Part des Astres, bio
En biodynamie, cette cuvée séduit par son intensité et sa profondeur avec un fruit éclatant et beaucoup de fraîcheur.
6,90 € à Casino

Les Buisserons 2018
Côtes-du-rhône rouge, Famille Richaud, bio
Fraîche et authentique, cette cuvée signe son origine sudiste avec son bouquet de fruits rouges, d'olives et d'épices.
8,90 € sur millesimes.com

Les Darons 2018
Languedoc rouge, Jeff Carrel
Emblématique chez les amateurs de bonnes quilles, cette cuvée offre du pur plaisir.
4,90 € à La Grande Epicerie de Paris

Faugères rouge 2019
Domaine des Emprades, bio
Un fruité exquis complété de notes de garrigue, beaucoup de fraîcheur et d'équilibre.
5,95 € à Lidl

Cep by Cep 2019
Anjou rouge, La Roulerie
Un pur cabernet franc, mûr et gourmand, qui offre une bouche profonde et savoureuse et une finale florale.
5,70 € aux Magasins U

LA CAVE À GARDER

Pour les vins de garde, on va à l'essentiel – 6 rouges et 6 blancs – avec comme objectif de ne pas dépasser 15 euros par bouteille. Ensuite, il est possible de panacher dans chaque couleur avec deux ou trois cuvées différentes. Mais on veille toujours à avoir au moins deux bouteilles d'une même cuvée pour la servir à un dîner et pouvoir la changer au cas où l'une serait bouchonnée ou si les convives en réclament à nouveau. Au final, en choisissant les cuvées les moins chères, il en coûtera 105,60 euros, et 165,84 euros pour les plus onéreuses. La liste qui suit propose des bouteilles à conserver en cave entre cinq et dix ans. Dans les blancs, le chablis et le riesling peuvent supporter une longue garde. Cette dernière est également préconisée pour les cuvées rhodaniennes et le haut-médoc 2018.

LES VINS BLANCS

Viré-clessé tradition 2019
Christian Lebaupin
Un blanc du sud de la Bourgogne au nez délicat et rond en bouche qui gagnera en finesse et en allonge après quelques années.
9,95 € à Leclerc

Chablis 2018
Domaine de Biéville
Un joli chablis au nez fruité, ample et vif en bouche, qui n'en sera que plus puissant après un passage en cave.
12,90 € sur chateaunet.com

Kaefferkopf 2016
Alsace riesling grand cru, Jean-Baptiste Adam, bio
Déjà délicieux avec ses arômes complexes et sa matière fine, ce riesling sera splendide à son apogée.
13,65 € sur veepee.com

LES VINS ROUGES

La Chapelle 2018
Faugères rouge, Château Les Estanilles, bio
Son nez intense et sa matière profonde gagneront en finesse avec le temps.
7,65 € à Leclerc

④ Morgon 2018
Jean Foillard
Une star du beaujolais dans le sillage de Marcel Lapierre. Attention, déjà très, très bon. L'ouvrir dès maintenant est au risque et péril de votre stock.
12,69 € sur vin-malin.fr

La Crimas de Sy 2018
Crozes-hermitage rouge, Domaine du Murinais
Complexe et savoureuse, cette cuvée présente un magnifique potentiel de garde.
12,95 € à Auchan

Terre de Granit 2018
Saint-joseph rouge, Domaine de Boisseyt, vignoble Olivier Decelle
En conversion bio, ce domaine promet de belles cuvées à l'image de ce millésime solaire qui gagnera en tempérance après quelques années en cave.
13,95 € aux Magasins U

Haut-médoc 2018
Château Cambon La Pelouse
Quelques années seront nécessaires pour assouplir sa matière ferme et révéler tout son potentiel aromatique.
13,95 € à Leclerc

Listrac-médoc 2015
Château Fourcas Hosten
Il faut attendre au moins encore cinq ans pour déployer toute la complexité aromatique et la finesse de cette cuvée d'une grande fraîcheur.
13,99 € à Intermarché

Tous droits réservés à l'éditeur

Nous Deux
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 216624





Date : Du 1er au 07 septembre 2020
Page de l'article : p.56-57

MA CAVE
Par Julie Coutton-Siadou

Foires aux vins 2020

Petit guide des meilleures affaires

Chaque rentrée, les foires aux vins sont très attendues par les amateurs. Celles de 2020, particulières en cette période d'épidémie, promettent néanmoins de belles surprises : enseignes de grande distribution et sites internet rivalisent de jolies propositions. Voici notre sélection.

Soumises aux mesures sanitaires, les foires aux vins 2020 ne ressembleront à aucune autre. Le confinement a poussé de nombreux amateurs à se tourner vers l'achat sur Internet, où les sites regorgent de coups de cœur à tous les prix. Les magasins ne sont pas en reste cependant, et chaque foire est l'occasion de découvrir des pépites des vignobles de France et d'ailleurs. Mention spéciale pour les vins certifiés, provenant de caves engagées dans une démarche environnementale, à l'honneur dans cette sélection.

- **Vin biologique :** reconnaissable à son logo symbolisant une feuille verte, il est issu de vignes cultivées sans pesticides ou désherbants synthétiques.
- **Vin issu de la biodynamie :** certifié Biodyvin ou Demeter, il témoigne d'une démarche qui va au-delà du bio et considère la vigne dans son rapport à l'environnement, à la terre et au cosmos, toujours sans produits de synthèse mais avec des décoctions de plantes.
- **Haute valeur environnementale (HVE) :** ce label de plus en plus présent certifie des démarches plus globales (agriculture raisonnée, respect de la biodiversité, gestion des ressources…).

Auchan

Du 22 septembre au 6 octobre



1 Domaine de Chevalier 2019, brouilly rouge, 5,79 €.
Le cépage gamay est à l'honneur sur ce terroir de Brouilly : des notes de fruits rouges juteux, parfaites avec quelques charcuteries ou un saucisson brioché.

2 Arthur Metz, Bi-Cépages, crémant d'Alsace blanc brut, 7,49 €.
Pinot noir et pinot blanc s'épousent dans ce crémant élégant, au parfum de pêches et de fruits du verger.

Magasins U

Du 29 septembre au 10 octobre



1 Nicolas Pointeau, Chinon Version Chenin 2019, chinon blanc, 7,95 €.
Un chenin labellisé HVE plein de vitalité, qui séduit au nez par ses parfums de fleurs blanches et d'agrumes. Il est idéal avec des fruits de mer ou des huîtres.

2 Domaine des Carabiniers, Lunar Apogé 2019, côtes-du-rhône, 7,50 €.
Ce vin en biodynamie, à la robe rubis profond et aux notes de violette, d'épices et de fruits rouges, est parfait avec des grillades ou des plats de légumes relevés d'épices.

Intermarché

Du 8 au 27 septembre



1 Cave de Fontès, Volcanique 2017, languedoc-pézenas rouge, 4,49 €.
Des notes de fruits noirs et de baies, de réglisse, et une bouche ample et dense qui se marie avec des viandes rouges, des grillades ou des plats en sauce.

2 Moillard, Brut Prestige Chardonnay, crémant de Bourgogne blanc, 7,50 €.
Coup de cœur pour ce chardonnay à la bulle crémeuse, parfait pour un apéritif.



Carrefour

Du 8 au 21 septembre
(hypermarchés)



1 Hacienda Araucano, Humo Blanco Edición Limitada 2019, vin du Chili blanc, 6,95 €.
Ce sauvignon chilien expressif, aux arômes d'agrumes, de buis et de fruits exotiques, est à servir frais, avec des fruits de mer ou un fromage de chèvre.

2 Dauvergne Ranvier, De Natura Rerum 2019, côtes-du-rhône villages rouge, 6,95 €.
Un vin bio charnu, aux notes de cassis, de framboise, de fleurs séchées et de poivre. L'astuce : le servir un peu frais (13-14 °C) pour profiter de son bouquet.

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 216624

Date : Du 1er au 07 septembre 2020
Page de l'article : p.56-57


ISTOCK

Géant Casino

Du 1er au 13 septembre
(hypermarchés)



❶ **Château Lamothe Vincent 2019,** bordeaux blanc, 4,95 €.
Le nez de ce blanc offre une belle fraîcheur, en bouche il surprend par son ampleur. Un vin prêt à boire, qui accompagnera à merveille des fruits de mer et des poissons grillés.
❷ **Domaine Martin 2018,** cairanne rouge, 8,95 €.
Typique de la vallée du Rhône – belle expression du grenache, des arômes de fruits noirs –, ce rouge, médaille d'or d'Orange en 2019, gagne à être conservé.

Nicolas

Du 9 septembre au 13 octobre



❶ **Esprit de Crès Ricards 2019,** IGP Pays d'Oc blanc, 6,30 €.
Les cépages rhodaniens marsanne et roussanne donnent à cette cuvée des accents de fruits tropicaux, de fleurs blanches, d'abricot et de pêche : ce vin est parfait servi frais (10-12 °C) à l'apéritif.
❷ **Château Des Demoiselles 2015,** castillon-côtes-de-bordeaux rouge, 7 €.
Un bordeaux labellisé HVE, avec des notes de fruits noirs mûrs, de cacao, de prune, des tanins assouplis par quelques années de garde : à déguster sans attendre !

Cdiscount

Du 3 au 27 septembre
(sur cdiscount.com)

❶ **Château de la Roulerie, Chenin Buvable,** IGP Val-de-Loire blanc, 6,99 €.
Ce vin bio est une belle occasion de redécouvrir le chenin blanc, ses notes d'agrumes, de fleurs blanches, qui va si bien avec des coquillages ou du fromage.
❷ **Bailly Lapierre, Vive la Joie,** crémant de Bourgogne blanc, 10,99 €.
Ce coup de cœur a de quoi égaler des bulles prestigieuses : finesse, complexité, harmonie. Parfait pour les grandes occasions.
❸ **Vignerons Ardéchois 2019,** côtes-du-rhône rouge, 6,49 €.
Un vin bio rond et souple, dont les arômes évoquent la confiture de fraises et de mûres, la réglisse et les épices douces. Idéal avec une planche de charcuterie.



Veepee

A partir du 2 septembre
(sur veepee.fr)



❶ **Oé l'Etoffé 2018,** côtes-du-rhône rouge, 7 €.
Un assemblage bio typiquement rhodanien de grenache, syrah et carignan, dont la générosité va parfaitement avec des plats ensoleillés : paella, tajines…
❷ **Joseph Mellot, Les Belles Fontaines 2019,** quincy blanc, 8,15 €.
Ce vin labellisé HVE est un exemple de la belle expression du sauvignon sur le terroir de Quincy, avec des notes de fruits exotiques (passion), d'agrumes (pamplemousse), et un équilibre parfait entre ampleur et fraîcheur.

Monoprix

Du 18 septembre au 4 octobre



❶ **Château La Croix des Pins, Les Trois Villages 2018,** ventoux rouge, 6,95 €.
Ce joli vin bio méditerranéen a des accents d'épices et de garrigue, et des notes de petits fruits rouges croquants.
❷ **Domaine Luneau Papin, Clos du Milieu 2018,** muscadet-sèvre-et-maine-sur-lie blanc, 9,69 €.
La preuve que le pays nantais est capable de produire de très beaux vins : on est séduit par sa finesse et ses notes citronnées délicates.

E. Leclerc

Du 29 septembre au 10 octobre



❶ **Dominique Morel, Terres de Julius 2019,** juliénas rouge, 6,70 €.
Ce beaujolais fruité et fleuri a un nez exubérant de pivoine. Il est surprenant de fraîcheur, avec une très belle expression du gamay.
❷ **La Rougeante 2019,** corbières rouge, 4,85 €.
Un rapport qualité/prix excellent pour ce rouge à la bouche croquante de fruits. Un vin équilibré avec une belle chaleur.

Le Petit Ballon

Du 2 au 23 septembre
(sur lepetitballon.com)

❶ **Domaine Sérol, Les Originelles 2019,** côte-roannaise rouge, 9,50 €.
Ce vin fruité bio est l'occasion de découvrir le terroir de la côte Roannaise.
❷ **Domaine Bousquet, Virgen 2019,** vin d'Argentine rouge, 8 €.
L'intensité du malbec de Mendoza, une structure tannique ferme, le tout en bio et sans sulfites ajoutés.
❸ **Pasqua, Nero d'Avola, Shiraz 2019,** vin de Sicile rouge, 6,50 €.
Ce vin bio, profond et charnu, possède une structure de la syrah qui se mêle aux accents fruités intenses du nero d'avola.



Tous droits réservés à l'éditeur

Le Parisien (WEEK-END)
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 311078



Date : 04 septembre 2020
Page de l'article : p.1,18,19

Le Parisien (WEEK-END)

Foire aux vins

NOS 100 BONS PLANS POUR SE FAIRE PLAISIR

Supplément au Parisien n°23642 du vendredi 4 septembre 2020. Ne peut être vendu séparément. Disponible en France métropolitaine. Commission paritaire n°2001 C 85979.

Code Etude ACPM

REPORTAGE
A Marseille avec les cadets marins-pompiers

RÉCIT
Il y a 150 ans, la République triomphait

LIVRES
Les meilleurs romans de la rentrée

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Parisien (WEEK-END)
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 311078

Date : 04 septembre 2020
Page de l'article : p.1,18,19

En couverture



20 vins à moins de 7 euros

1 Delle-venezie blanc 2019 BIO, Era 13,5/20
fruité et gourmand
légère et rafraîchissante
désaltérante
friture d'éperlans
à boire tout de suite
Ce blanc tout en légèreté est une belle expression italienne du pinot gris.
4,50 € chez Casino

2 Bordeaux rouge 2018, Sarmentine BIO, François Thienpont 14,5/20
fruits rouges frais
onctueuse et équilibrée
complexe et persistante
pâtes à la bolognaise
à boire tout de suite
Elevé en cuve inox, ce pur merlot garde toute sa fraîcheur.
4,50 € sur Veepee.fr

3 Muscadet-sèvre-et-maine 2019, Vieilles vignes réserve, Manoir de la Grelière 13,8/20
vif, aux notes de fruits mûrs
harmonieuse, aux belles saveurs fruitées et florales
sapide et gourmande
rillettes
à boire tout de suite
Un blanc très bien fait, un muscadet à prix imbattable!
4,65 € chez Carrefour Market

4 Bordeaux rouge 2016, Château Barreyre 15/20
profond et gourmand
soyeuse et intense, de fruits noirs et d'épices
longue et délicate
foie de veau à la vénitienne
à boire tout de suite
A point pour être bu maintenant, c'est un pur régal!
4,90 € sur Chateaunet.com

5 Castillon-côtes-de-bordeaux 2016 BIO, Château Rochers Bellevue 14,5/20
prune, fruits rouges et réglisse
pulpeuse et soyeuse, avec une belle concentration
élégante et fraîche
tournedos de canard
à boire tout de suite
Un rouge en biodynamie, à savourer dès maintenant.
4,95 € chez Carrefour

6 Languedoc-montpeyroux 2018, domaine des Tieulières 13,2/20
gourmand, au parfum de fraise
ample et nette, aux saveurs de fruits confiturés et de réglisse
longue et intense
lapin rôti au thym
à boire tout de suite ou à garder
Une belle appellation du Languedoc, réputée pour l'intensité et la fraîcheur de ses vins rouges.
4,95 € dans les magasins U

7 Val-de-loire blanc 2019, Chouette chenin, Jérémie Mourat 14,2/20
fruits jaunes et blancs
fraîche et charnue, avec un bel équilibre
aromatique, intense et persistante
fromage pouligny-saint-pierre
à boire tout de suite
Tout en équilibre et gourmandise, cette cuvée offre une belle persistance en bouche.
5,40 € chez Franprix

8 Vin de France 2018, Gamay le premier soir, Les Copains d'abord 15,4/20
frais de fruits rouges
charmeuse et délicate
gouleyante et fraîche
planche de charcuterie
à boire tout de suite
Un rouge (pur gamay) juteux, qui régale les papilles avec son aromatique intense.
5,49 € sur Cdiscount.com

9 Bordeaux rouge 2016, « S » de Saint-Pey, Château de Saint-Pey 15/20
profond, riche de fruits et de réglisse
intense et mûre, avec des notes de graphite
légèrement tannique
entrecôte grillée
à boire tout de suite ou à garder
Un bordeaux classique et réussi, avec un bel équilibre.
5,50 € chez Lavinia

10 Côtes-du-rhône-villages-sainte-cécile 2018, domaine Rose-Dieu 14,8/20
appétent, floral et poivré
charnue, gourmande mais fraîche
intense et précise
terrine de sanglier au poivre
à boire tout de suite ou à garder
Un rouge tout en fraîcheur et gourmandise.
5,70 € chez Auchan



nez bouche finale accord mets/vin potentiel de conservation

photos © SP

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Parisien (WEEK-END)
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 311078

Date : 04 septembre 2020
Page de l'article : p.1,18,19

11 Cahors 2019, Grand vin, Château La Reyne 13,7/20
intense de figues
savoureuse et veloutée
fraîche et équilibrée
magret de canard aux figues rôties
à boire tout de suite
Un rouge tout en délicatesse, à l'incroyable parfum de figue.
5,95 € chez E. Leclerc

12 Chiroubles 2019, domaine de la Chapelle-Bizot 15,2/20
fruits rouges croquants
fine et fruitée
fraîche et élégante
terrine de lapin à la lyonnaise
à boire tout de suite
Un beaujolais rouge, fruité et friand.
5,99 € chez Lidl

13 Ardèche rouge 2019, Notre culture réserve BIO, Vignerons ardéchois 14,4/20
fruité intense
charnue et gourmande
sapide et rafraîchissante
poulet rôti
à boire tout de suite
Belle surprise que ce rouge ardéchois bien équilibré, aux arômes intenses.
6,40 € chez Nicolas

14 Touraine blanc 2019, domaine de Cray 14,5/20
belles notes de citron, de tilleul et d'anis
fluide et vive
belle amertume rafraîchissante
harengs pommes à l'huile
à boire tout de suite
Très belle expression du sauvignon blanc. Ça claque en bouche !
6,50 € sur Millesimes.com

15 IGP pays-d'oc blanc 2019, Marie, Maison Ventenac 14,7/20
frais et aromatique
fluide et légère
sapide
salade césar
à boire tout de suite
Cette cuvée tout en légèreté offre un assemblage réussi de colombar et de chenin.
6,50 € sur Wineandco.com

16 Vin de France 2018, Coq Léon, Piron 15,6/20
floral et poivré
ronde et soyeuse
gouleyante, aux accents de poivre vert
pizza au speck et à la roquette
à boire tout de suite
A base de gamay avec une pointe de gamaret, cette cuvée rouge est une réjouissance.
6,50 € chez Monoprix

17 Corbières blanc 2018 BIO, domaine Romanissa 13,3/20
agrumes et pêche blanche
fraîche et fluide
gourmande, avec des notes d'orange
filet de daurade grillé
à boire tout de suite
A base de bourboulenc, de vermentino et de muscat, ce corbières est frais et fruité.
6,80 € chez Biocoop

18 Costières-de-nîmes blanc 2019 BIO, domaine Grange des moines 13,8/20
fleurs blanches et fruits jaunes
minérale et fruitée
longue et équilibrée
pâtes au citron
à boire tout de suite
Un joli blanc du Sud, frais et gourmand.
6,85 € chez Naturalia

Surveillez le thermomètre !

Rien de tel que de boire un vin à la mauvaise température pour vous gâcher le plaisir de la dégustation. Les rouges peuvent paraître trop forts en alcool s'ils sont servis trop chauds. Les blancs, trop fades quand ils sont trop froids. Parfois, 2 °C de plus ou de moins suffisent à faire la différence. Il existe une fourchette idéale pour chaque bouteille : entre 6 °C et 11 °C pour les effervescents et les rosés, entre 7 °C et 11 °C pour les blancs, entre 12 °C et 17 °C pour les rouges. Des indications à ajuster selon la température ambiante et la puissance du vin. On privilégiera la fraîcheur pour les vins légers ou les chaudes journées d'été. A l'inverse, on fera monter la température pour les vins plus puissants ou quand il fait froid.

19 IGP pays-d'oc rouge 2019, En rébellion BIO, domaine Sainte-Marie-des-Crozes 14,2/20
cerises
aromatique et gourmande
gouleyante
pâté en croûte
à boire tout de suite
Ce pinot noir est parfait pour les apéros dînatoires entre amis.
6,90 € à La Grande Epicerie

20 Bourgueil rouge 2018, Les Rochettes, domaine Les Pins 14,8/20
fruité et gourmand
charnue et juteuse
longue et rafraîchissante
bœuf aux carottes
à boire tout de suite
Un cabernet-franc mûr à point qui enchante le palais.
6,90 € au Repaire de Bacchus





L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération.

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 251641



Date : 05 septembre 2020

FOIRES AUX VINS : UN CRU INÉDIT

Avec septembre, la rentrée à peine passée, voilà que les foires aux vins sont de retour. Lidl, Casino, Leader Price, Netto ouvrent le bal cette semaine. Toutes les enseignes de distribution, physiques et en ligne, vont suivre jusqu'à mi-octobre, dans un contexte de crise sanitaire où la filière a déjà bien souffert.

Annulation des foires aux vins de printemps, fermeture des cafés, hôtels et restaurants pendant le confinement, sans parler des difficultés de ventes à l'export, au ralenti, le coronavirus a fait des dégâts dans toute la filière vinicole hexagonale.

Après deux années difficiles où volumes et chiffres d'affaires étaient en recul, 2020 s'annonce compliquée. Sur les quatre premiers mois, le chiffre d'affaires global a chuté de 36 % (de 3,05 milliards à 2,5 milliards d'euros), les volumes de 16 % (de 4,6 millions à 4,12 millions d'hectolitres) selon une étude d'Agrimer.

DES CAVES RECONSTITUÉES APRÈS LE CONFINEMENT ?

Pendant le confinement, de mars à mai, les ventes ont progressé de 4 % en volumes. Elles ont été portées par le rosé et les BiB (*bag in box* ou cubi), très prisés, aux dépens des vins festifs (champagne, etc.) et du rouge. « *Les gens ont acheté du basique, pas d'AOP, pas de grands crus. Ils sont un peu montés en gamme avec le déconfinement, vins et champagnes reprenant des couleurs (+13 % en volumes), mais cela n'a pas duré*, relève Éric Marzec, directeur d'Unité vins à l'IRI (Information ressources Inc). *La grosse question est de savoir si maintenant, à l'occasion des foires aux vins, les consommateurs vont se faire plaisir. On entend que beaucoup de gens auraient déstocké en vidant partiellement leur cave pendant le confinement. Vont-ils les reconstituer ? On attend de voir.* »

En attendant, les foires aux vins de cet automne s'annoncent axées sur une offre de prix bas : « *Certaines années, on veut faire rêver avec des étiquettes, des noms, alors que là, les ventes vont jouer la carte des bouteilles à moins de 10 €. Il y aura toujours des affaires à faire, mais cela ne veut pas dire que les grands vins seront à moins de 10 € !* », prévient Éric Marzec.

Pour l'expert, ce temps commercial demeure capital pour les grands distributeurs traditionnels, en magasins de plus de 400 m², lesquels pèsent encore 75 % des ventes. « *Le drive a explosé pendant le confinement, mais en passant de 2 % à 5 % des ventes, cela reste encore assez marginal.* » ■

DATES DES FOIRES :

- **Aldi :** à partir du 6 octobre ;
- **Auchan :** du 22 septembre au 6 octobre ;
- **Biocoop :** du 8 septembre au 17 octobre ;
- **Carrefour :** à partir de mardi et jusqu'au 21 septembre ;
- **Carrefour Contact :** du 18 septembre au 27 septembre ;
- **Carrefour Market :** du 24 septembre au 11 octobre ;
- **Casino :** depuis le 28 août et jusqu'au 13 septembre ;
- **Cora :** du 15 septembre au 3 octobre ;
- **Franprix :** du 23 septembre au 11 octobre ;
- **Géant-Casino :** depuis mardi et jusqu'au 13 septembre ;
- **Intermarché :** à partir de mardi et jusqu'au 27 septembre ;
- **Leader Price :** depuis mardi et jusqu'au 13 septembre ;
- **Leclerc :** du 29 septembre au 10 octobre ;
- **Lidl :** depuis mercredi et jusqu'à épuisement des stocks ;
- **Monoprix :** du 18 septembre au 4 octobre ;
- **Naturalia :** du 24 septembre au 14 octobre ;
- **Netto :** depuis mardi et jusqu'au 13 septembre ;
- **Nicolas :** à partir de mercredi et jusqu'au 13 octobre ;
- **Systeme U :** du 29 septembre au 10 octobre.

À noter que la plupart des enseignes spécialisées sur le web (du type Vinatis, Lavinia, Idealwine, La Vignery, Wine and co, Mondovino, Cavissima) lancent leurs offres foires aux vins tout début septembre.

Tous droits réservés à l'éditeur



Le rayon rosés dans un magasin Lidl, qui a lancé sa foire aux vins. Bien dans l'air du temps : les rosés et les cubis connaissent un vif succès cette année. PHOTO PIERRE LE MASSON

Tous droits réservés à l'éditeur

l'union

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 94689





Date : 05 septembre 2020
Page de l'article : p.11

Foire aux vins

L'enseigne Nicolas rue Saint-Thibaut va démarrer sa foire aux vins du 9 au 13 octobre prochain. « *C'est l'occasion de mettre en avant des produits spécifiques, avec des stocks limités* », note la responsable qui se réjouit de la reprise.

Tous droits réservés à l'éditeur

SAVEURS
Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 59738



Date : Septembre - octobre 2020
Page de l'article : p.10

SUR LE FEU

BRÈVES À GRIGNOTER

Quoi de neuf dans la sphère culinaire ?
Saveurs vous propose un bref tour d'horizon.



DR

Le calendrier des foires aux vins 2020

Cette année, la tendance est aux vins bio, naturels et sans sulfites ajoutés, ainsi qu'aux petits prix : de nombreuses bouteilles sont à moins de 10 € !

EN GRANDES SURFACES

Auchan. Du 22 septembre au 6 octobre.
Carrefour. Du 8 au 21 septembre.
Carrefour City. Du 18 au 27 septembre.
Carrefour Market. Du 25 septembre au 11 octobre.
Casino Supermarchés. Du 28 août au 13 septembre.
Franprix. Du 23 septembre au 11 octobre.
Géant Casino. Du 1er au 13 septembre.
Intermarché. Du 8 au 27 septembre.
Monoprix. Du 18 septembre au 4 octobre.
Le Petit Casino. Du 8 au 20 septembre.
Leclerc. Du 29 septembre au 10 octobre.
Lidl. À partir du 2 septembre.
Naturalia. Du 24 septembre au 14 octobre.
Nicolas. Du 9 septembre au 13 octobre.
Netto. Du 1er au 13 septembre.
Spar. Du 8 au 20 septembre.
Système U. Du 29 septembre au 10 octobre.
Vival. Du 8 au 20 septembre.

EN LIGNE

Lavinia. Du 8 au 29 septembre.
Le Petit Ballon. Du 2 au 23 septembre.
Ma Cave. À partir du 1er septembre.
Millesimes. Du 15 septembre au 6 octobre.

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. À consommer avec modération.

Tous droits réservés à l'éditeur

TELE Z EDITION TNT
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire



Date : 07 septembre 2020
Page de l'article : p.101
Journaliste : Justine Charlet



Le calendrier des foires aux vins

Lidl : à partir du 2 septembre - **Carrefour** : jusqu'au 21 septembre **Nicolas** : jusqu'au 13 octobre - **Biocoop** : jusqu'au 17 octobre - **Monoprix** : jusqu'au 4 octobre - **E.Leclerc** : du 29 septembre au 10 octobre - **Intermarché** : jusqu'au 27 septembre - **Auchan** : du 22 septembre au 6 octobre - **Système U** : du 29 septembre au 10 octobre - **Franprix** : jusqu'au 11 octobre.

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 1093603



Date : 07 septembre 2020
Page de l'article : p.101

Le calendrier des foires aux vins

Lidl : à partir du 2 septembre - **Carrefour :** jusqu'au 21 septembre **Nicolas :** jusqu'au 13 octobre - **Biocoop :** jusqu'au 17 octobre - **Monoprix :** jusqu'au 4 octobre - **E.Leclerc :** du 29 septembre au 10 octobre - **Intermarché :** jusqu'au 27 septembre - **Auchan :** du 22 septembre au 6 octobre - **Système U :** du 29 septembre au 10 octobre - **Franprix :** jusqu'au 11 octobre.

Tous droits réservés à l'éditeur

LA VOIX DU NORD

Date : 04/09/2020
Heure : 16:18:27
Journaliste : Christian Canivez

www.lavoixdunord.fr
Pays : France
Dynamisme : 237

Visualiser l'article

Foires aux vins: le calendrier complet d'un cru 2020 inédit

Avec septembre, la rentrée à peine passée, voilà que les foires aux vins sont de retour. Lidl, Casino, Leader Price, Netto ouvrent le bal cette semaine. Toutes les enseignes de distribution physiques et en ligne vont suivre en gros jusque mi-octobre, dans un contexte de crise sanitaire où la filière a déjà bien souffert.



PHOTO archives PHILIPPE PAUCHET

Annulation des foires aux vins de printemps, fermeture des cafés, hôtels et restaurants pendant le confinement, sans parler des difficultés de ventes à l'export, au ralenti, le coronavirus a fait des dégâts dans toute la filière vinicole hexagonale. Après deux années déjà difficiles où volumes et chiffres d'affaires étaient en recul, 2020 s'annonce compliquée. **Sur les 4 premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires global a chuté de 36 %** (de 3,05 milliards d'euros à 2,5 mds d' €), **les volumes de 16 %** (de 4,6 millions d'hl à 4,12 millions d'hl) selon une étude France Agrimer .

Reconstituera-t-on des caves qui auraient été vidées pendant le confinement ?
Pendant le confinement, de mars à mai, les ventes ont progressé de 4 % en volumes. Elles ont été portées par le rosé et les Bib (*bag in box* ou cubi), très prisés, aux dépens des vins festifs (champagne etc.) et du rouge. « *Les gens ont alors acheté du basique, pas d'AOP, pas de grands crus, ils sont un peu montés en*

Tous droits réservés à l'éditeur

gamme avec le déconfinement, vins et champagnes reprenant des couleurs (+13 % en volumes), mais cela n'a pas duré », relève Éric Marzec, directeur d'Unité vins à l'IRI (Information resources Inc), poursuivant : « *La grosse question est de savoir si maintenant, à l'occasion des foires aux vins, les consommateurs vont se faire plaisir. On entend que beaucoup de gens auraient déstocké en vidant partiellement leur cave pendant le confinement. Vont-ils les reconstituer ? On attend de voir* ».

En attendant, les foires aux vins de cet automne 2020 s'annoncent **axées sur une offre prix bas** : « *Certaines années, on veut faire rêver avec des étiquettes, des noms, là les ventes vont jouer la carte des bouteilles à moins de 10 €. Il y aura toujours des affaires à faire, mais cela ne veut pas dire que les grands vins seront à moins de 10 €* ! » prévient Éric Marzec. Pour l'expert, ce temps commercial demeure capital pour les grands distributeurs traditionnels, en magasins de plus de 400 m², **lesquels pèsent encore 75 % des ventes** . « *Le drive a explosé pendant le confinement, mais en passant de 2 % à 5 % des ventes, cela reste encore assez marginal* ».

Le calendrier des foires aux vins
Aldi : à partir du 6 octobre ; **Auchan** : du 22 septembre au 6 octobre ; **Biocoop** : du 8 septembre au 17 octobre ; **Carrefour** : du 8 septembre au 21 septembre ; **Carrefour Contact** du 18 septembre au 27 septembre ; **Carrefour Market** du 24 septembre au 11 octobre ; **Casino** : depuis le 28 août et jusqu'au 13 septembre ; **Cora** : du 15 septembre au 3 octobre ; **Franprix** : du 23 septembre au 11 octobre ; **Géant-Casino** : du 1er septembre au 13 septembre ; **Intermarché** : du 8 septembre au 27 septembre ; **Leader Price** : depuis le 1er septembre jusqu'au 13 septembre ; **Leclerc** : du 29 septembre au 10 octobre ; **Lidl** : à partir du 2 septembre (jusqu'à épuisement des stocks) ; **Monoprix** : du 18 septembre au 4 octobre ; **Naturalia** : du 24 septembre au 14 octobre ; **Netto** : depuis le 1er septembre jusqu'au 13 septembre ; **Nicolas** : du 9 septembre au 13 otobre ; **Systeme U** : du 29 septembre au 10 octobre.

À noter que la plupart des enseignes spécialisées sur le web (du type **Vinatis, Lavinia, Idealwine, La Vignery, Wine and co, Mondovino, Cavissima**) lancent leurs offres foires aux vins tout début septembre.

Tous droits réservés à l'éditeur

Nordéclair

www.nordeclair.fr
Pays : France
Dynamisme : 106

Visualiser l'article

Foires aux vins: le calendrier complet d'un cru 2020 inédit

Avec septembre, la rentrée à peine passée, voilà que les foires aux vins sont de retour. Lidl, Casino, Leader Price, Netto ouvrent le bal cette semaine. Toutes les enseignes de distribution physiques et en ligne vont suivre en gros jusque mi-octobre, dans un contexte de crise sanitaire où la filière a déjà bien souffert.

Annulation des foires aux vins de printemps, fermeture des cafés, hôtels et restaurants pendant le confinement, sans parler des difficultés de ventes à l'export, au ralenti, le coronavirus a fait des dégâts dans toute la filière vinicole hexagonale. Après deux années déjà difficiles où volumes et chiffres d'affaires étaient en recul, 2020 s'annonce compliquée. Sur les 4 premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires global a chuté de 36 % (de 3,05 milliards d'euros à 2,5 mds d' €), les volumes de 16 % (de 4,6 millions d'hl à 4,12 millions d'hl) selon une étude France Agrimer.

Reconstituera-t-on des caves qui auraient été vidées pendant le confinement ?
Pendant le confinement, de mars à mai, les ventes ont progressé de 4 % en volumes. Elles ont été portées par le rosé et les Bib (bag in box ou cubi), très prisés, aux dépens des vins festifs (champagne etc.) et du rouge. « Les gens ont alors acheté du basique, pas d'AOP, pas de grands crus, ils sont un peu montés en gamme avec le déconfinement, vins et champagnes reprenant des couleurs (+13 % en volumes), mais cela n'a pas duré », relève Éric Marzec, directeur d'Unité vins à l'IRI (Information resources Inc), poursuivant : « La grosse question est de savoir si maintenant, à l'occasion des foires aux vins, les consommateurs vont se faire plaisir. On entend que beaucoup de gens auraient déstocké en vidant partiellement leur cave pendant le confinement. Vont-ils les reconstituer ? On attend de voir ».

En attendant, les foires aux vins de cet automne 2020 s'annoncent axées sur une offre prix bas : « Certaines années, on veut faire rêver avec des étiquettes, des noms, là les ventes vont jouer la carte des bouteilles à moins de 10 €. Il y aura toujours des affaires à faire, mais cela ne veut pas dire que les grands vins seront à moins de 10 € ! » prévient Éric Marzec. Pour l'expert, ce temps commercial demeure capital pour les grands distributeurs traditionnels, en magasins de plus de 400 m², lesquels pèsent encore 75 % des ventes. « Le drive a explosé pendant le confinement, mais en passant de 2 % à 5 % des ventes, cela reste encore assez marginal ».

Le calendrier des foires aux vins
Aldi : à partir du 6 octobre ; Auchan : du 22 septembre au 6 octobre ; Biocoop : du 8 septembre au 17 octobre ; Carrefour : du 8 septembre au 21 septembre ; Carrefour Contact du 18 septembre au 27 septembre ; Carrefour Market du 24 septembre au 11 octobre ; Casino : depuis le 28 août et jusqu'au 13 septembre ; Cora : du 15 septembre au 3 octobre ; Franprix : du 23 septembre au 11 octobre ; Géant-Casino : du 1er septembre au 13 septembre ; Intermarché : du 8 septembre au 27 septembre ;

Leader Price : depuis le 1er septembre jusqu'au 13 septembre ; Leclerc : du 29 septembre au 10 octobre ; Lidl : à partir du 2 septembre (jusqu'à épuisement des stocks) ; Monoprix : du 18 septembre au 4 octobre ; Naturalia : du 24 septembre au 14 octobre ; Netto : depuis le 1er septembre jusqu'au 13 septembre ; Nicolas : du 9 septembre au 13 otobre ; Systeme U : du 29 septembre au 10 octobre.

À noter que la plupart des enseignes spécialisées sur le web (du type Vinatis, Lavinia, Idealwine, La Vignery, Wine and co, Mondovino, Cavissima) lancent leurs offres foires aux vins tout début septembre.

0CuIYM9g26hnwPfSHQocJHjyrqNbVxEBF-5TFB8wjsSj42hUFpnMI_WURUtFwYDHCVRRNs3C5biIDaOZa98NAKQOTE0

Tous droits réservés à l'éditeur

Nordéclair

www.nordeclair.fr
Pays : France
Dynamisme : 106

Visualiser l'article

Visuel indisponible
Chez Lidl, où les foires aux vins ont démarré, le rayon rosé est bien dans l'air du temps. PHOTO PIERRE LE MASSON.

0CuIYM9g26hnwPfSHQocJHjyrqNbVxEBF-5TFB8wjsSj42hUFpnMI_WURUtFwYDHCVRRNs3C5biIDaOZa98NAKQOTE0

Tous droits réservés à l'éditeur

L'OBS

Date : 05/09/2020
Heure : 07:04:29
Journaliste : Rachelle Lemoine

www.nouvelobs.com
Pays : France
Dynamisme : 60

Visualiser l'article

Comment (re)constituer sa cave sans se ruiner avec les foires aux vins

L'édition 2020 s'annonce attrayante avec une offre à des prix très accessibles dans la grande distribution, chez les cavistes et sur les sites de vente en ligne. Voici notre sélection de bouteilles « à boire » et « à garder ».
Visuel indisponible

Photo d'illustration. (Philippe Roy / Aurimages via AFP)

C'est la bonne nouvelle de cette rentrée : la grande distribution propose une grande partie de sa sélection de vins à moins de 10 euros, voire la majorité à moins de 15 euros. Surtout, le niveau de qualité des bouteilles est bon. Pas forcément chez tous les distributeurs, mais, sur les 25 enseignes couvertes ici – grande distribution, chaînes de cavistes, sites internet spécialisés ou généralistes –, on constate la mise en avant de domaines, de vignerons et d'un nouveau négoce qui proposent des cuvées très réjouissantes, basées sur la gourmandise, la fraîcheur et le plaisir.

Afin de profiter de toutes ces opportunités et pour refaire sa cave sans se ruiner, voici deux options de sélection selon son objectif : vins à boire ou vins à garder – pour un budget compris entre 100 et 200 euros.

Plus qu'une cave, il s'agit d'une base qui permet de découvrir des cuvées qu'on pourra ensuite acheter directement chez le producteur si elles ont su séduire le palais. Pour de tels budgets, le nombre de bouteilles est forcément limité – 14 à boire et 12 à garder. Ici, pas d'appellations ronflantes ou d'étiquettes rutilantes. Mais de très bons vins, voire d'excellents, qui sauront ravir toutes les papilles.

La cave à boire
Constituée de 14 bouteilles, cette cave « à boire » doit offrir autant de rouges que de blancs, sans oublier les bulles. Parmi la liste ci-dessous, on choisira une composition de deux flacons d'un même effervescent, six de vin blanc avec deux cuvées distinctes offrant des cépages différents, et six de vin rouge d'une même cuvée. Résultat ? En privilégiant les bouteilles les moins chères dans chaque catégorie, on obtient un total de 95,18 euros et de 193,27 euros avec les plus onéreuses. Les différentes cuvées proposées sont toutes prêtes à boire dès maintenant. Elles doivent permettre d'approvisionner tout un repas, dès l'apéritif, ou bien d'être ouvertes lors d'un apéro dînatoire, d'où l'intérêt d'avoir plusieurs bouteilles de chaque.

LES EFFERVESCENTS
Vive-la-Joie 2013
Crémant de Bourgogne brut, Bailly Lapierre

Mieux qu'un « petit » champagne, il enchante avec ses saveurs gourmandes, fruitées et pâtissières, sa vivacité et sa fraîcheur.

10,99 € sur cdiscount.com

Champagne brut premier cru
Louis Brochet

A l'apéro ou à table, son parfum, sa finesse et son harmonie ne laisseront personne de marbre.

Tous droits réservés à l'éditeur

23,90 € au Repaire de Bacchus

LES VINS BLANCS
Sauvignon 2019
Touraine blanc, Domaine de Cray

Un sauvignon comme on les aime, sans caricature, avec une belle finale salivante.

6,50 € sur millesimes.com



Beaujolais blanc 2018
Manoir du Carra

Parce que dans le beaujolais, il n'y a pas que du rouge et que le chardonnay y est excellent !

8,90 € au Repaire de Bacchus

Bourgogne aligoté 2018
Domaine Geantet-Pansiot

Tous droits réservés à l'éditeur

Fluide et d'une fraîcheur absolue, il séduit par son bouquet d'agrumes et de verveine.

9 € sur vin-malin.fr

Clos du Milieu 2018
Muscadet-sèvre-et-maine sur lie, Domaine Pierre Luneau-Papin, bio

Carafé avant d'être dégusté, il révèle tout son parfum de fenouil, d'aneth et d'amande fraîche.

9,69 € à Monoprix

LES VINS ROUGES
Sarmentine 2018
Bordeaux rouge, François Thienpont, bio

Elevé en cuve Inox, ce pur merlot ravit par son panier de fruits rouges frais, son équilibre et sa belle finale.

4,50 € sur veepee.com

Bordeaux rouge 2016
Château Barreyre

Profond et gourmand, il offre une bouche soyeuse au fruité intense. Un pur régal à boire maintenant.

4,90 € sur chateaunet.com

Castillon-côtes-de-bordeaux 2016
Château Rochers Bellevue, bio

Une cuvée en biodynamie, pulpeuse et soyeuse en bouche avec une belle matière à ce prix-là ? Chapeau bas !

4,95 € à Carrefour

Petit Champ 2015
Bordeaux rouge, Château Champ des Treilles, bio

Sublime millésime pour ce domaine en biodynamie qui offre une cuvée friande et intense.

7,90 € à Duclot la Cave, Galeries Lafayette

Moulis-en-médoc 2012
Château Brillette

A son apogée, il est à découvrir absolument pour le plus grand plaisir des papilles.

14,90 € aux Magasins U

Tous droits réservés à l'éditeur



De Natura Rerum 2019
Côtes-du-rhône villages rouge, Dauvergne Ranvier, bio

De l'intensité aromatique et de la fraîcheur pour cette cuvée qui se fait charnue en bouche et très équilibrée.

6,95 € à Carrefour

Côtes-du-rhône villages rouge 2019
La Part des Astres, bio

En biodynamie, cette cuvée séduit par son intensité et sa profondeur avec un fruit éclatant et beaucoup de fraîcheur.

6,90 € à Casino

Les Buisserons 2018
Côtes-du-rhône rouge, Famille Richaud, bio

Fraîche et authentique, cette cuvée signe son origine sudiste avec son bouquet de fruits rouges, d'olives et d'épices.

Tous droits réservés à l'éditeur

8,90 € sur millesimes.com

Les Darons 2018
Languedoc rouge, Jeff Carrel

Emblématique chez les amateurs de bonnes quilles, cette cuvée offre du pur plaisir.

4,90 € à La Grande Epicerie de Paris

Faugères rouge 2019
Domaine des Emprades, bio

Un fruité exquis complété de notes de garrigue, beaucoup de fraîcheur et d'équilibre.

5,95 € à Lidl

Cep by Cep 2019
Anjou rouge, La Roulerie

Un pur cabernet franc, mûr et gourmand, qui offre une bouche profonde et savoureuse et une finale florale.

5,70 € aux Magasins U

La cave à garder
Pour les vins de garde, on va à l'essentiel – 6 rouges et 6 blancs – avec comme objectif de ne pas dépasser 15 euros par bouteille. Ensuite, il est possible de panacher dans chaque couleur avec deux ou trois cuvées différentes. Mais on veille toujours à avoir au moins deux bouteilles d'une même cuvée pour la servir à un dîner - et pouvoir la changer au cas où l'une serait bouchonnée ou si les convives en réclament à nouveau. Au final, en choisissant les cuvées les moins chères, il en coûtera 105,60 euros, et 165,84 euros pour les plus onéreuses. La liste qui suit propose des bouteilles à conserver en cave entre cinq et dix ans. Dans les blancs, le chablis et le riesling peuvent supporter une longue garde. Cette dernière est également préconisée pour les cuvées rhodaniennes et le haut-médoc 2018.

LES VINS BLANCS
Viré-clessé tradition 2019
Christian Lebaupin

Un blanc du sud de la Bourgogne au nez délicat et rond en bouche qui gagnera en finesse et en allonge après quelques années.

9,95 € à Leclerc

Chablis 2018
Domaine de Biéville

Un joli chablis au nez fruité, ample et vif en bouche, qui n'en sera que plus puissant après un passage en cave.

Tous droits réservés à l'éditeur

12,90 € sur chateaunet.com

Kaefferkopf 2016
Alsace riesling grand cru, Jean-Baptiste Adam, bio

Déjà délicieux avec ses arômes complexes et sa matière fine, ce riesling sera splendide à son apogée.

13,65 € sur veepee.com

LES VINS ROUGES
La Chapelle 2018
Faugères rouge, Château Les Estanilles, bio

Son nez intense et sa matière profonde gagneront en finesse avec le temps.

7,65 € à Leclerc

Morgon 2018
Jean Foillard

Une star du beaujolais dans le sillage de Marcel Lapierre. Attention, déjà très, très bon. L'ouvrir dès maintenant est au risque et péril de votre stock.

12,69 € sur vin-malin.fr

Tous droits réservés à l'éditeur



La Crimas de Sy 2018
Crozes-hermitage rouge, Domaine du Murinais

Complexe et savoureuse, cette cuvée présente un magnifique potentiel de garde.

12,95 € à Auchan

Terre de Granit 2018
Saint-joseph rouge, Domaine de Boisseyt, vignoble Olivier Decelle

En conversion bio, ce domaine promet de belles cuvées à l'image de ce millésime solaire qui gagnera en tempérance après quelques années en cave.

13,95 € aux Magasins U

Haut-médoc 2018
Château Cambon La Pelouse

Quelques années seront nécessaires pour assouplir sa matière ferme et révéler tout son potentiel aromatique.

Tous droits réservés à l'éditeur

13,95 € à Leclerc

Listrac-médoc 2015
Château Fourcas Hosten

Il faut attendre au moins encore cinq ans pour déployer toute la complexité aromatique et la finesse de cette cuvée d'une grande fraîcheur.

13,99 € à Intermarché

LES DATES DES FOIRES AUX VINS
AUCHAN du 22 septembre au 6 octobre
BIOCOOP du 8 septembre au 17 octobre
CARREFOUR du 8 au 21 septembre
CASINO du 28 août au 13 septembre
CDISCOUNT.COM du 3 au 27 septembre
CHATEAUNET.COM du 5 au 26 septembre
IDEALWINE.COM du 15 septembre au 6 octobre
INTERMARCHÉ du 8 au 27 septembre
LA CAVE DES GALERIES LAFAYETTE du 5 au 26 septembre
LAVINIA du 8 au 29 septembre
E. LECLERC du 29 septembre au 10 octobre
LE REPAIRE DE BACCHUS du 14 septembre au 11 octobre
LIDL depuis le 2 septembre
MAGASINS U du 29 septembre au 10 octobre
MILLESIMES.COM du 15 septembre au 6 octobre
MONOPRIX du 18 septembre au 4 octobre
NICOLAS du 9 au 13 septembre
TWIL.FR du 8 septembre au 15 octobre
VEEPEE.FR depuis le 2 septembre
VIN-MALIN.FR du 15 septembre au 6 octobre
WINEANDCO.COM du 26 août au 6 octobre

Tous droits réservés à l'éditeur

L'OBS

Date : 05/09/2020
Heure : 08:01:24
Journaliste : Rachelle Lemoine

www.nouvelobs.com
Pays : France
Dynamisme : 60

Visualiser l'article

8 vins en biodynamie à ne pas manquer pendant les foires aux vins

Plus exigeante que le bio, la biodynamie inscrit les vins dans un environnement qui se doit d'être le plus naturel possible. Voici 8 bouteilles à savourer dès maintenant ou à conserver en cave.
visuel indisponible

Premiers pas sur la Lune 2019
Corbières blanc, Domaine Sainte Marie des Crozes

Quel régal que ce corbières blanc au parfum d'agrumes, de fleurs (tilleul, sureau) et de notes de coing ! En bouche, l'attaque est grasse, avec une matière légèrement grumeleuse aux saveurs de poire et de fleurs, développant de jolis amers. La finale est minérale, évoquant la pierre chaude.

8,50 € à La Grande Epicerie de Paris

Pure 2018
Cheverny blanc, Domaine des Huards

Alliance de sauvignon et de chardonnay, ce blanc dévoile une délicate note fumée au premier nez qui laisse place à la fraîcheur des agrumes. En bouche, il se fait vif et rond, avec des saveurs plus exotiques, dans un parfait équilibre et une grande fraîcheur.

11,50 € sur chateaunet.com

Comment (re)constituer sa cave sans se ruiner avec les foires aux vins
Les Jardins 2018
Alsace riesling, Domaine Ostertag

Certainement l'un des plus beaux domaines d'Alsace, le vignoble de la famille Ostertag livre un riesling d'une grande délicatesse, à la fois gourmand et droit, avec une précision du fruit impeccable, soutenue par une matière fine et pure. Pour se faire plaisir dès maintenant ou à garder en cave.

17,90 € au Repaire de Bacchus

Saint-Emilion Grand Cru 2014
Château Fonroque

Son fruit intense et frais enchante dès le nez. Au palais, la matière se fait profonde mais sans exubérance, encore pulpeuse mais avec beaucoup de finesse, comme une dentelle. Elle est soutenue par une belle verticalité donnant de l'allonge et de la tension. Une magnifique bouteille à ouvrir dès maintenant.

26,90 € sur chateaunet.com

Le Combal 2016
Cahors, Domaine Cosse-Maisonneuve

Tous droits réservés à l'éditeur

Un couple de vignerons combattants s'emploient à redorer le blason de cette appellation encore trop souvent galvaudée. Cette cuvée est un parfait exemple de la nouvelle génération de cahors que l'on a à nouveau plaisir à boire. Ses petites notes de fruits confits laissent place en bouche à une matière délicate aux effluves de violette et une jolie finale sapide.

11,50 € à Lavinia

Maison du Villard 2018
Pouilly-fuissé, Château de Lavernette

L'appellation dévoile un nez intense et profond de beaux arômes de pêche blanche, qui reste tonique et frais. En bouche, la matière est ciselée et cristalline, d'une incroyable précision, jusqu'à sa belle finale minérale ponctuée par une pointe épicée.

22,50 € à Casino

L'Integraal 2017
Savoie arbin mondeuse, Château de Mérande

Son aromatique révèle des notes compotées, kirschées et épicées d'une belle intensité. En bouche, la matière est pleine et profonde avec des tanins fondus, soutenus par une belle acidité qui apporte une superbe finale, tout en saveurs et harmonie. A aérer avant de déguster.

21,60 € sur twil.fr

La Mésange huppée 2017
Pic-saint-loup, Mas Foulaquier

D'une belle complexité aromatique – bouquet de fruits noirs et d'épices douces –, cette cuvée oscille entre densité et minéralité. Elle offre une bouche gourmande et équilibrée jusqu'à sa très longue finale, rafraîchie par des notes mentholées.

22 € à Biocoop

LES DATES DES FOIRES AUX VINS
AUCHAN du 22 septembre au 6 octobre
BIOCOOP du 8 septembre au 17 octobre
CARREFOUR du 8 au 21 septembre
CASINO du 28 août au 13 septembre
CDISCOUNT.COM du 3 au 27 septembre
CHATEAUNET.COM du 5 au 26 septembre
IDEALWINE.COM du 15 septembre au 6 octobre
INTERMARCHÉ du 8 au 27 septembre
LA CAVE DES GALERIES LAFAYETTE du 5 au 26 septembre
LAVINIA du 8 au 29 septembre
E. LECLERC du 29 septembre au 10 octobre
LE REPAIRE DE BACCHUS du 14 septembre au 11 octobre
LIDL depuis le 2 septembre

Tous droits réservés à l'éditeur

MAGASINS U du 29 septembre au 10 octobre
MILLESIMES.COM du 15 septembre au 6 octobre
MONOPRIX du 18 septembre au 4 octobre
NICOLAS du 9 au 13 septembre
TWIL.FR du 8 septembre au 15 octobre
VEEPEE.FR depuis le 2 septembre
VIN-MALIN.FR du 15 septembre au 6 octobre
WINEANDCO.COM du 26 août au 6 octobre

Tous droits réservés à l'éditeur

L'OBS

Date : 05/09/2020
Heure : 08:01:54
Journaliste : Rachelle Lemoine

www.nouvelobs.com
Pays : France
Dynamisme : 60

Visualiser l'article

Nos conseils pour dénicher les petites appellations lors des foires aux vins

Moins prisées que les grandes, les appellations plus modestes, ont bien des qualités. Laissez-vous surprendre par ces 8 cuvées remarquables, à prix tout doux.
Visuel indisponible

Château Marie du Fou 2019
Fiefs-vendéens blanc, Jérémie Mourat

A la pointe sud de la Loire, les fiefs-vendéens participent au renouveau viticole de la Vendée. En conversion bio, le domaine de Jérémie Mourat signe une très jolie cuvée, aux accents d'agrumes et de fleurs. La bouche offre de la rondeur et du gras, tout en se faisant vive et fraîche.

7,75 € à Biocoop

Blanc de noirs 2018
Coteaux-bourguignons blanc, Armand Heitz

Un blanc issu de pinot noir comme le font les Champenois grâce à un pressurage direct des raisins. Résultat ? Une aromatique incroyable entre fruits blancs et rouges, de la finesse et de la tension dans une bouche gourmande et une finale aux beaux amers extrêmement désaltérante.

11,50 € à Lavinia

Comment (re)constituer sa cave sans se ruiner avec les foires aux vins
Méditerranée 2019
Méditerranée blanc, Figuière

Domaine réputé pour ses superbes côtes-de-provence, Figuière utilise tout son savoir-faire au service d'une simple IGP et c'est plutôt réussi. Ce pur rolle révèle de belles notes fruitées et florales quand la bouche se fait fraîche et gourmande avec équilibre et précision.

7,50 € au Repaire de Bacchus

« Notre Culture »
Réserve 2019, ardèche rouge, Vignerons Ardéchois, bio

Au nez, son fruité intense invite déjà à la gourmandise. L'attaque est charnue et juteuse avec une matière pleine qui reste très fluide jusqu'à sa finale gouleyante et très rafraîchissante. Un chouette flacon à boire en bonne compagnie.

6,40 € chez Nicolas

Pinot noir 2019
Ile-de-beauté rouge, François Labet

Tous droits réservés à l'éditeur

Que peut bien faire un vigneron du Clos-Vougeot (Château de la Tour) en Corse ? Du pinot noir, pardi ! Et c'est bigrement bon. Pas d'exubérance mais une profondeur du cépage qui dévoile des notes de cerise noire, de fleurs, d'épices et un joli gras. A découvrir absolument !

9,90 € à Lavinia

Prunelard 2016
Comté-tolosan rouge, Lionel Osmin & Cie

Cépage décimé par le phylloxéra, le prunelard, père du malbec, réapparaît dans le Sud-Ouest. Cette cuvée, à la personnalité singulière, joue la délicatesse et la franchise avec un fruité précis et acidulé et des nuances épicées, tout en restant fraîche avec une finale minérale.

10 € au Repaire de Bacchus

Les Rives 2019
Reuilly rouge, Antoine de la Farge

Moins connue que ses cousines berrichonnes sancerre ou menetou-salon, l'appellation reuilly cultive également le pinot noir. Cette cuvée en traduit une très belle expression, avec un nez étincelant de fruits et d'épices et une bouche à la texture souple et raffinée, d'une belle maturité, qui reste très fraîche.

10,50 € à Monoprix

Syrah 2017
Collines-rhodaniennes rouge, Domaine Jamet

Magnifique syrah aux effluves florales et délicates qui enchantent dès le nez. En bouche, la matière est fraîche et soyeuse, d'une belle fluidité, aux saveurs de cassis et de réglisse jusqu'à sa jolie finale de zan à la violette.

13,90 € sur millesimes.com

LES DATES DES FOIRES AUX VINS
AUCHAN du 22 septembre au 6 octobre
BIOCOOP du 8 septembre au 17 octobre
CARREFOUR du 8 au 21 septembre
CASINO du 28 août au 13 septembre
CDISCOUNT.COM du 3 au 27 septembre
CHATEAUNET.COM du 5 au 26 septembre
IDEALWINE.COM du 15 septembre au 6 octobre
INTERMARCHÉ du 8 au 27 septembre
LA CAVE DES GALERIES LAFAYETTE du 5 au 26 septembre
LAVINIA du 8 au 29 septembre
E. LECLERC du 29 septembre au 10 octobre
LE REPAIRE DE BACCHUS du 14 septembre au 11 octobre
LIDL depuis le 2 septembre
MAGASINS U du 29 septembre au 10 octobre

Tous droits réservés à l'éditeur

MILLESIMES.COM du 15 septembre au 6 octobre
MONOPRIX du 18 septembre au 4 octobre
NICOLAS du 9 au 13 septembre
TWIL.FR du 8 septembre au 15 octobre
VEEPEE.FR depuis le 2 septembre
VIN-MALIN.FR du 15 septembre au 6 octobre
WINEANDCO.COM du 26 août au 6 octobre

Tous droits réservés à l'éditeur

Cuisine
& des Tendances

Date : 07/09/2020
Heure : 12:09:43
Journaliste : Christophe Hamieau

cuisine-et-des-tendances.com
Pays : France
Dynamisme : 4

Visualiser l'article

Foires au Vin, la saison se poursuit | Cuisine & des Tendances



Les Foires aux vins d'automne se poursuivent et voici donc notre second coup de projecteur sur, cette fois, les enseignes qui débutent leur opération dans les prochains jours.

C'est le cas des enseignes du groupe ***Carrefour*** dont le coup d'envoi est donné par ses Hypers (8 au 21 septembre) suivis par les magasins de proximité du 18 au 27 septembre et du 25 septembre jusqu'au 11 octobre par les Market.
Cette année 2020 met en avant plusieurs grands axes. A commencer par des cuvées issus d'une agriculture toujours plus éco-responsable avec des vins biologiques, biodynamiques, natures, végan ou HVE 3 dans la lignée de son engagement « Act for Food » qui promeut des actions plus respectueuses de l'homme et de l'environnement.

Carrefour a également passé des partenariats avec les vignerons indépendants dans le but de promouvoir la diversité des terroirs viticoles et de les rendre accessibles, notamment grâce à des promotions exceptionnelles cette année.

Tous droits réservés à l'éditeur

De même Carrefour s'est aussi bien placé sur les Crus Bourgeois avec une sélection de crus distingués cette année, à un prix attractif.

Enfin le groupe a reconduit son partenariat avec nos confrères de la Revue du Vin de France qui ont dégusté l'offre de l'enseigne et ont attribué des notes pour désigner les meilleurs vins, ainsi que l'appellation « pépite », commune à toutes les enseignes du groupe

Pour faciliter l'accès aux sélections, notons également que Carrefour propose un service de préréservation sur un site dédié jusqu'au 11 octobre.

Chez ***Nicolas*** La Foire aux vins d'automne se déroulera du 9 septembre au 13 octobre. Le réseau de cavistes propose une sélection de 61 références.

Au menu 70% de nouveautés sur 8 millésimes avec une offre de 4,90 à 35 euros (30 vins à moins de 10 euros)

Nous avons eu l'occasion de pouvoir déguster quelques vins de cette sélection et avons notamment retenu le ***Domaine de L'Estagnère 2018*** (9,30 euros). Ce vin de Gérard Bertrand est un IGP Cité de Carcassonne rouge sans sulfites, assemblage de 6 cépages, avec du fruit et du corps pour accompagner un bon magret par exemple.
Quant au ***Bourgogne Côte D'or Nuiton Beaunoy 2018*** (9,20 euros), c'est un sympathique blanc pour accompagner un apéro fromage par exemple.

Pour clore ce focus penchons nous sur l'enseigne ***Intermarché*** qui propose sa Foire aux vins du 8 au 27 septembre. La sélection fait la part belle aux cuvées Bio ainsi qu'au label Haute Valeur Environnementale. Celles-ci représentant 15 % de l'offre globale.

Conscient également que les modes de consommation de vin en France ont bien évolué et que la garde en cave se fait de plus en plus rare, Intermaché propose une large sélection de cuvées prêtes à boire (30% de l'offre).

Autre tendance, qui est en partie liée à la précédente, la recherche par les consommateurs de vins à petits prix. C'est pourquoi l'enseigne met en avant une sélection de vins dont les prix vont de 5 à 10 euros.

Dans le même esprit Intermaché propose ses « Petites Perles », soit 18 vins retenus pour un très bon rapport qualité prix. Nous reviendront sur celles-ci très prochainement.

Enfin, la technologie s'impose toujours plus dans la distribution et Intermarché invite ses clients à approfondir leurs connaissances sur 12 cuvées et leurs vignerons, en scannant les étiquettes des bouteilles avec l'application mobile Smartbottle.

Tous droits réservés à l'éditeur

Client	OMNICOM PUBLIC RELATIONS
Contact	
Mot-clé	NICOLAS
Chaîne / Station	FRANCE 5
Diffusion	09/09/2020 - 11:50:00
Durée	00:02:02
Emission	LA QUOTIDIENNE
Présentateur	MAYA LAUQUE
Rubrique	



Ecouter / Regarder cette alerte

12:28:48
Foire aux vins 2020 : l'année des bonnes affaires ? Invités : Hakim Bendaoud, journaliste, collaborateur pour La Revue du Vin de France ; Christopher Hermelin, directeur marketing de Nicolas. Chroniqueurs : Fabien Bordu ; Gérard Michel ; Victoire N'Sondé ; Laetitia Barlerin. Si on achete son vin en supermarché, quelles sont les enseignes à privilégier ? 12:29:01 Hakim Bendaoud conseille l'offre de Monoprix. 12:29:27 Il faut aller voir les vignerons qu'on a du mal à trouver en supermarché. 12:29:39 Système U et Auchan sont aussi bien. 12:29:51 Le flop 3 compte Leclerc, Intermarché et Aldi. 12:30:26 Citation Carrefour.



CORPORATE

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Client	OMNICOM PUBLIC RELATIONS
Contact	
Mot-clé	NICOLAS
Chaîne / Station	M6
Diffusion	20/09/2020 - 21:00:00
Durée	00:05:34
Emission	CAPITAL
Présentateur	JULIEN COURBET
Rubrique	ECONOMIE-FINANCES



Ecouter / Regarder cette alerte

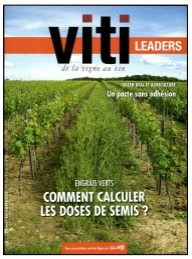
22:15:23
Villes moyennes : prêtes à tout pour vous attirer ! - reportage de Clémentine Mazoyer. Franck Boeuf, responsable commercial, cherche à développer son enseigne dans les villes moyennes. Cyril lui fait visiter l' artère commerciale de Moulins. 22:16:09 Citation Kookaï. 22:16:35 Interview Franck Boeuf, responsable commercial Nicolas (caviste). 22:18:01 22:18:16 La mairie a installé des compteurs pour évaluer le flux des passants. 22:18: 25 Interview Cyril. 22:18:56 Pierre-André Périssol, maire de Moulins, a créé le poste de manager de centre-ville, occupé par Cyril Marin. 22:19:06 Interview Pierre-André Périssol. 22:19:21 Cyril Martin a été responsable dans un hypermarché. 22:20:37 Interview Pierre-André Perissol. 22:20:53 Cyril s'inspire des techniques de la grande distribution.



MENTIONS

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins





MARKETING

STRATÉGIE

COMMENT VENDRE SON VIN SUR INTERNET ?

Le confinement a été un coup d'accélérateur vers la digitalisation de la filière. Les conseils de Marion Barral, d'AOC Conseils, pour réussir sa mise en ligne.



ADOBE STOCK/PIONEER26

« Vendre son vin sur Internet : combien ça coûte et combien ça peut rapporter ? » Tel était l'intitulé de la conférence que *Viti* avait organisée… au Vinitech de l'an 2000 ! Si aujourd'hui plus personne n'ignore ce qu'est Internet, la question d'y vendre son vin prend un aspect nouveau sous l'effet du confinement. La crise du Covid-19 a en effet montré comment le drive et les e-boutiques ont pu aider à maintenir des ventes pour les vignerons qui étaient présents sur la Toile, alors que le CHR et le tourisme étaient à l'arrêt.

« Dans l'esprit des vignerons, proposer son vin sur Internet est souvent associé à le vendre à prix bradé. Or cela ne doit pas être la règle si la grille tarifaire est cohérente », indique Marion Barral, d'AOC Conseils. La consultante constate que le confinement a fait évoluer les mentalités. Une marche un peu forcée, mais qui répond à une demande : *« Lorsque l'on interroge le consommateur, il déclare vouloir acheter son vin sur un site de vigneron en premier… même s'il fait l'inverse actuellement. »*

BOUTIQUE OU PLATEFORME ?

Comment être présent et visible sur la Toile pour répondre à cette attente ? Marion Barral distingue

Tous droits réservés à l'éditeur

MARKETING


Marion Barral.

« Le consommateur doit avoir une vraie expérience globale de l'entreprise : il vous suit sur les réseaux sociaux, développe de la sympathie. Alors le facteur prix devient moins primordial », Marion Barral, AOC Conseils.

deux situations : soit la e-boutique est destinée à fidéliser ses clients que l'on retrouve « en physique » une ou deux fois dans l'année ; soit les objectifs commerciaux sont plus élevés. Dans le premier cas, une boutique de vigneron adossée au site du domaine peut tout à fait convenir, sous réserve de posséder déjà une base clients. Dans le deuxième, il faut peut-être songer à utiliser des plateformes externes. Là encore, différents degrés d'externalisation sont possibles. En B to B, il est possible de déléguer à 100 % : le vigneron vend à un opérateur en ligne, comme à un caviste, et celui-ci gère tout (exemples : Vinatis, Millesima, la grande distribution, les sites de ventes privées). En B to C, il existe des plateformes de vente en ligne qui fournissent un cadre, mais c'est le vigneron qui doit *« remplir les cases »* avec ses vins (exemples : Amazon, Cdiscount, Twil, Vivino, Les Grappes, Avenue des vins...). C'est aussi lui qui reçoit les commandes, les expédie et les facture.

DES PHOTOS RASSURANTES

Le choix du prestataire va dépendre du budget et des ressources internes que le domaine va pouvoir consacrer à ce circuit. Il faut compter 6 000 à 10 000 euros pour un site avec une e-boutique comptant une quinzaine de vins. Quant aux ressources, il faut envisager non seulement le temps nécessaire pour le site, mais aussi pour la logistique... et l'appétence pour le numérique. Dans tous les cas, la fiche produit est une base indispensable. Bien renseignée, elle aide au référencement par Google. Avec de jolies photos, elle rassure le client. *« Une bonne photo, c'est le b.a.-ba Comme l'internaute ne peut pas goûter le vin, il a besoin d'autres éléments pour le conforter dans son choix »*, assure Marion Barral. Or des photos ratées, floues, renvoient une image d'amateurisme. *« C'est anxiogène pour le consommateur et il peut même se demander s'il n'est pas sur un site frauduleux »*, explique-t-elle.
L'habillage de la bouteille est aussi plus important sur Internet, car le client potentiel peut faire défiler les images très vite, d'un coup de doigt sur l'écran. *« Il faut des choses lisibles et cohérentes avec le positionnement prix »*, résume Marion Barral. Ce qui ne veut pas forcément dire des couleurs criardes ! Au contraire, un habillage épuré, moins chargé, est plus à même de séduire les consommateurs, plus jeunes sur Internet. Le blanc, par exemple, peut

Tous droits réservés à l'éditeur

être très moderne, tandis qu'un crème fera plus ancien. La texture de l'étiquette, en revanche, sera plus difficile à appréhender par écran interposé.

RESPECTER LES CODES

Le monde du digital a ses codes. Autant les respecter pour votre boutique : faire en sorte que l'affichage des pages soit rapide, mettre en évidence les boutons incitant à acheter et les logos de paiement sécurisé, limiter le nombre de clics jusqu'à la commande, etc. *« Au restaurant, il y a un sommelier qui va conseiller le client. En boutique, cela peut être le caviste. Sur Internet, les prescripteurs, ce sont les algorithmes. Mieux vaut en avoir connaissance pour se faire une place. »*

La principale erreur à éviter ? Concevoir une e-boutique sans avoir de stratégie définie, qui risque de vivoter. Car sur Internet comme ailleurs, les produits ne se vendent pas tout seuls ! *« La vente en ligne doit s'insérer dans la stratégie commerciale de la société*, souligne Marion Barral. *Le consommateur doit avoir une vraie expérience globale de l'entreprise : il vous suit sur les réseaux sociaux, développe de la sympathie. Alors le facteur prix devient moins primordial. »* Le cyberacheteur étant par nature « butineur », *« tout l'enjeu consiste à renouveler l'acte d'achat par des leviers promotionnels ne reposant pas uniquement sur les remises de prix et en cohérence avec les autres canaux de vente »*, conclut Marion Barral.

Irène Aubert

Tout gérer ou déléguer ? Avantages et inconvénients

	Contrôle des prix	Visibilité	Temps nécessaire	Investissement
Je gère tout	+++	+	+++	+++
Je ne gère que l'expédition et la facturation	+++	+++	++	+
Je délègue tout	+	+++	+	+

Source : « Les clés pour vendre son vin sur Internet », Marion Barral, AOC Conseils.

CYBERACHATS

Un consommateur qui recherche le prix

Ne vous y trompez pas : si les ventes de vin par Internet sont en croissance, le prix demeure la motivation n° 1 de 46 % des consommateurs sur ce circuit (source : Dowel pour Cniv/FranceAgrimer). Par prix, il faut entendre le montant que le client devra dépenser, y compris les frais de livraison. Le second critère est la disponibilité du produit, c'est-à-dire le temps de livraison. Pour un vigneron, il est primordial d'avoir une grille tarifaire cohérente entre les différents circuits de commercialisation, car Internet est un lieu de transparence absolue. Dans une e-boutique de vigneron, le prix peut être le même que celui au caveau. Sur une plateforme, prévoir éventuellement 10 à 20 % supplémentaires pour couvrir les commissions ou les frais d'abonnement. Mieux vaut limiter le nombre de sites où ses bouteilles sont présentes, afin d'éviter une cacophonie tarifaire. Les frais de livraison ne doivent pas être trop élevés, sous peine de voir les consommateurs abandonner leur panier. Ils peuvent varier de 0 à 39 euros, selon les sites. Proposer la gratuité au-delà d'un certain montant ou pendant une promotion peut renforcer l'attrait de votre offre.



ADOBE STOCK/ANDREY POPOV

Les frais de livraison ne doivent pas être trop élevés, sous peine de voir les consommateurs abandonner leur panier.

INFO+

Retrouvez les conseils de Marion Barral dans son livre blanc *Les clés pour vendre son vin sur Internet*, disponible gratuitement sur le site d'AOC conseils.

Tous droits réservés à l'éditeur

DOMAINE GRAND-PÈRE JULES, CÔTES-DU-RHÔNE

+125 % sur les ventes en ligne pendant le confinement

La e-boutique du Domaine Grand-Père Jules fonctionne depuis un an et demi. Elle a connu une forte hausse de la fréquentation pendant le confinement. Le fruit de la conjoncture et d'un travail de référencement depuis sa création.

« En période normale, nous avons 1 000 à 1 500 visites par mois et des paniers moyens à 150-200 euros. Pendant le confinement, nous avons fait un tarif spécial à moins 20 % sur tout le site et comme les gens avaient beaucoup de temps, cela a bien marché, avec une hausse des ventes de 125 % au deuxième trimestre 2020 par rapport au premier. » Léa Henry est consultante en webmarketing, fille de vigneron, et le domaine familial est son premier client. Le Domaine Grand-Père Jules produit des côtes-du-rhône et IGP vaucluse sur 34 ha en bio, à Violès. C'est Léa qui a ajouté la e-boutique au site vitrine en janvier 2019. *« Notre objectif premier était de développer nos ventes à l'export en B to C pour compenser la fréquentation qui a tendance à diminuer au caveau, mais ça fonctionne plutôt en France pour l'instant. »* La création du site avec Shopify a été *« assez facile »* et a nécessité environ un mois et demi de travail, en comptant la refonte des supports commerciaux, pour homogénéiser les versions papier et digitale. *« Le référencement est un travail qui prend beaucoup plus de temps »*, indique Léa Henry, qui a choisi d'investir à la fois dans le référencement payant, avec des publicités sur Google et sur Facebook, et dans le référencement naturel. Pour ce dernier, elle a mis en place un blog, où elle publie un à deux articles par mois, et une newsletter mensuelle envoyée par mail à ses clients. Le domaine viticole est présent sur Facebook et sur Instagram, avec un post hebdomadaire.

UN LIEU OÙ EXPÉRIMENTER

Pour le coût? *« Il faut compter en moyenne 230 € par mois »*, estime Léa Henry: 40 € pour Shopify, 125 € pour les publicités sur Google et Facebook, 30 € pour l'outil d'e-mailing, 35 € pour le site de création graphique. Auxquels s'ajoute son temps de travail. Et celui de la personne qui suit la partie administrative et logistique de la boutique: réception des commandes par e-mails, validation, préparation et expédition avec UPS ou avec un relais-colis, communication avec les clients. Deux chantiers sont en projet: améliorer encore le référencement naturel à l'aide de mots-clés et dupliquer le site pour pouvoir vendre dans d'autres pays européens, quand la question de la logistique sera réglée. *« Internet est un domaine où on expérimente beaucoup et qui évolue vite, car il existe de nouveaux outils, des manières de faire qui peuvent rapidement devenir tendance... ou obsolètes »*, résume Léa Henry.


FAMILLE HENRY

Améliorer encore le référencement naturel et dupliquer le site pour vendre à l'export sont les prochaines étapes pour la e-boutique du Domaine Grand-Père Jules.

Contact : *leahenry04@gmail.com*

LE E-COMMERCE DU VIN

L'âge de la maturité?

Avec +30 % par an, les ventes de vins en ligne ont connu une très forte croissance entre 2008 et 2015. Depuis, cette envolée semble marquer le pas, mais les ventes ont tout de même progressé de 7 % en 2019. D'après l'étude du cabinet Dowel pour le Cniv et FranceAgriMer, il existe environ 500 sites de ventes de vin en ligne basés en France (hors les boutiques en direct des vignerons et négoces). Leur chiffre d'affaires est estimé à 500 millions d'euros en 2019. Le secteur se concentre: en trois ans, le nombre de sites a baissé de 10 %.
Ces sites peuvent être répartis en sept catégories:
• les pure players (Millesima, Vinatis, Wine and Co, Millesimes, chateau.com...);
• les ventes privées (Veepee, Vente à la propriété, Bazarchic...);
• la grande distribution (Carrefour, E.Leclerc, Lidl...);
• les cavistes en ligne (Lavinia, La Vinothèque, Intercaves, Nicolas...);
• les sites généralistes (Cdiscount, Amazon, La Redoute...);
• les box et abonnements (Le Petit Ballon, Chais d'œuvre, My Vitibox...);
• les atypiques et innovants (enchères et places de marché pour les vignerons – Avenue des vins, Les Grappes...).

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 01/09/2020
Heure : 14:26:21
Journaliste : Yves DENJEAN

www.rayon-boissons.com
Pays : France
Dynamisme : 3

Visualiser l'article

Renaud Guerre-Genton, promu chef de groupe vins de Système U

Renaud Guerre-Genton a été nommé ce mardi 1 er septembre au poste de chef de groupe vins de Système U succédant ainsi à Jean-François Rovire. Il travaillera en binôme avec Gérard Brégeon, l'associé en charge de la catégorie et dirigera une équipe fortement renouvelée.



L'équipe vins de Système U connait des changements en ce 1 er septembre avec la promotion de **Renaud Guerre-Genton** au poste de chef de groupe. Précédemment chef de produits en charge des vignobles de Bordeaux, de la Loire et du Sud-Ouest, il succède **à Jean-François Rovire** qui a quitté le groupement des Nouveaux Commerçants en février dernier pour monter un projet personnel en Bretagne.

Renaud Guerre-Genton travaillera ainsi avec **Gérard Brégeon,** associé à la Tranche-sur-Mer (85) et responsable de la catégorie chez Système U.

Acheteur vins chez Nicolas pendant 12 ans, le nouveau chef de groupe a intégré l'enseigne Système U en septembre 2016 comme chef de produit.

Tous droits réservés à l'éditeur

www.rayon-boissons.com
Pays : France
Dynamisme : 3

Visualiser l'article

Renaud Guerre-Genton va diriger une **équipe composée de trois chefs de produits fortement renouvelée** suite à sa promotion, mais aussi au départ de **Céline Saint-Marc** en mars dernier - aujourd'hui compté clé chez Cordier (groupe Invivo Wine). Elle était jusqu'alors chef de produits sur les **vignobles méridionaux, les marques nationales et les vins étrangers** . Elle est remplacée par **Matthias Guibert** . Un recrutement va être lancé pour le poste occupé jusqu'à présent Renaud Guerre-Genton **. Benjamin Bidaux** continue quant à lui à suivre ses dossiers : Alsace, Jura, Savoie, Bourgogne, Beaujolais, Rhône, champagnes, vins effervescents et BABV.

Enfin, selon nos informations, **Lucie Vannier** succède à **Annabelle Fisson** - désormais en charge du pôle animation commerciale depuis juillet 2020 -, au poste de responsable développement des ventes et du merchandising vins tranquilles, effervescents et champagnes.

Tous droits réservés à l'éditeur





CARNET D'ADRESSES

Chaud !

Tout se qui bouge dans la food... p. 6

- **Le café des vignerons.** 1 Place Jeu de Ballon, 26230 Grignan, www.cafedesvignerons.com

Dans mon frigo, il y a... p. 8

- **À bicyclette.** www.a-bicyclette-vegetal.fr
- **Les 300&bio.** www.les300etbio.fr
- **Pur Natur.** www.purnatur.eu/fr
- **Danone.** www.danone.fr
- **Mamie Nova.** www.mamienova.com
- **Maison créative.** www.maisoncreative.com
- **Éditions La Martinière.** www.editionsdelamartiniere.fr
- **Marie-Claire.** www.marieclaire.fr

Au bal, au bal masqué... ? p. 10

- **Paris Beer Festival.** Ground Control, 81 Rue du Charolais, 75012 Paris, www. parisbeerfestival.fr
- **Nicolas.** www.nicolas.com
- **La chambre aux confitures.** www.lachambreauxconfitures.com
- **Lima.** www.limafood.com/fr
- **Fefe.** https://drinkfefe.com
- **Nats.** www.drinknatz.com
- **Opéan.** www.opeandrinks.com

Courses en tête

Peut-on encore boire du lait ? p. 30

- **C'est qui le patron ?.** www.lamarqueduconsommateur.com
- **FaireFrance.** www.fairefrance.fr
- **Lactel.** www.lactel.com
- **Intermarché Les éleveurs vous disent merci.** http://merci.intermarche.com

Le reportage

Ces huîtres venues du Sud p. 44

- **Maison Quintin.** Huîtres de Quiberon. www.laperledequehan.com

Régal en bouteilles

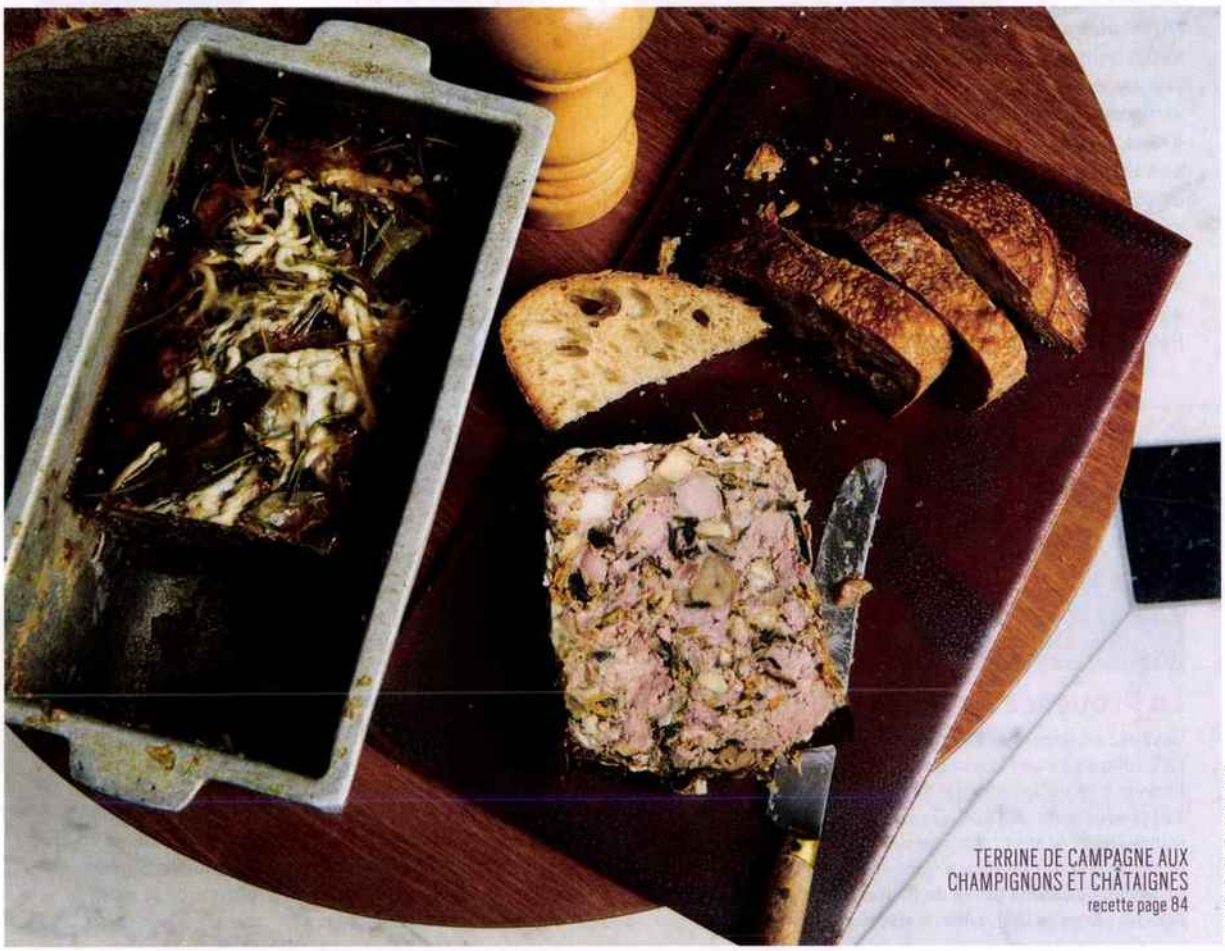
Foire aux vins 2020. Tout nouveau, tout bio p. 94

- **Auchan.** www.auchan.fr
- **Biocoop.** www.biocoop.fr
- **Carrefour.** www.carrefour.fr
- **Casino.** www.casino.fr
- **Franprix.** www.franprix.fr
- **Intermarché.** www.intermarche.fr
- **E.Leclerc.** www.e-leclerc.com
- **Le Repaire de Bacchus.** www.lerepairedebacchus.com
- **Lidl.** www.lidl.fr
- **Magasin U.** www.magasins-u.com
- **Monoprix.** www.monoprix.fr
- **Netto.** www.netto.fr

Ailleurs

Irlande du Nord. Le réveil des sens p. 116

- **Blackrock House.** 26 Dhu Varren, Portrush, www.blackrockbandbportrush.com
- **Causeway Coast Foodie Tours.** Pêche aux maquereaux, www.causewaycoastfoodietours.com
- **Broughgammon Farm.** 50 Straid Rd, Ballycastle, www.broughgammon.com
- **North Coast Smokehouse.** 3, 61 Leyland Rd, Ballycastle, www.northcoastsmokehouse.com
- **Rademon Distillery.** www.rademonestatedistilleryshop.com
- **NI Food Tours.** Cours de boulangerie, https://nifoodtours.com
- **Indie Füde.** 30 Castle St, Comber, www.indiefude.com
- **St. Georges Market.** East Bridge St, Belfast, www.belfastcity.gov.uk/markets
- **Taste & Tour.** www.tasteandtour.co.uk
- **Mudler Club.** 1 Warehouse Ln, Belfast, www.themuddlersclubbelfast.com
- **Mike's Fancy Cheese.** 41 Little Donegall St, Belfast, www.mfcheese.com
- **Restaurant Ox.** 1 Oxford St, Belfast, www.oxbelfast.com
- **Glenarm Castle.** 2 Castle Lane, Glenarm, www.glenarmcastle.com



TERRINE DE CAMPAGNE AUX CHAMPIGNONS ET CHÂTAIGNES
recette page 84

© LOUIS-LAURENT GRANDADAM

Tous droits réservés à l'éditeur

EXECUTIVES

Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire





Date : 03 septembre 2020
Page de l'article : p.11

SYSTÈME U



Renaud Guerre-Genton est promu chef de groupe vins, en remplacement de Jean-François Rovire.

Né en 1979, école hôtelière Ferrandi, Université de Johnson & Wales (Rhode Island, USA), il est passé par plusieurs palaces en France et aux Etats-Unis, avant de rejoindre, en 2004, le caviste Nicolas, en boutiques puis au service achats pour les vignobles de l'est de l'hexagone. Depuis 2016, il était acheteur vins de l'enseigne U.
www.executives.fr/a.asp?a=157824

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Parisien (WEEK-END)
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 311078





Date : 04 septembre 2020
Page de l'article : p.29-30

La liste des courses

Pour s'y retrouver en rayon ou en ligne, en un coup d'œil.

AUCHAN — du 22 septembre au 6 octobre

- Côtes-du-rhône-villages-sainte-cécile 2018, domaine Rose-Dieu, **5,70 €** . . . p. 18
- Graves rouge 2016, Château du Monastère, **7,90 €**. . . . . p. 20
- Crozes-hermitage rouge 2018, La Crimas de Sy, domaine du Murinais, **12,95 €** . . . p. 23
- Châteauneuf-du-pape rouge 2018 BIO, Réserve Saint Dominique, Eric Bonnet, **22,50 €**. . . . . p. 26

BIOCOOP — du 8 septembre au 17 octobre

- Corbières blanc 2018 BIO, domaine Romanissa, **6,80 €** . . . p. 19
- Fiefs-vendéens blanc 2019, Château Marie du Fou, Jérémie Mourat, **7,75 €** . . . p. 20
- Vin de France 2018, Fruit BIO, Le Jonc blanc, **10,50 €** . . . p. 22
- Pic-saint-loup rouge 2017, La Mésange huppée BIO, Mas Foulaquier, **22 €**. . . . p. 26

CARREFOUR — du 8 au 21 septembre

- Castillon-côtes-de-bordeaux 2016 BIO, Château Rochers Bellevue, **4,95 €** . . . p. 18
- Bourgogne rouge 2019, Frédéric Magnien, **9,95 €**. . . . p. 21
- Côtes-du-roussillon blanc 2019, Promesse BIO, Mas Amiel, **9,95 €**. . p. 21
- Marlborough blanc 2019, Astrolabe, **12,95 €**. . . . p. 23
- Maranges 1er cru rouge 2018, Vieilles vignes, Jean-Luc et Paul Aegerter, **16 €** . . . p. 24
- Graves 2016, Agora, Château des Places, **18,50 €**. . . . p. 25

CARREFOUR MARKET — du 24 septembre au 11 octobre

- Muscadet-sèvre-et-maine 2019, Vieilles vignes réserve, Manoir de la Grelière, **4,65 €** . . . p. 18
- Saint-émilion-grand-cru 2017, Clos La Gaffelière, **20,95 €** . . . p. 26

JERESERVEMAFOIREAUXVINS.CARREFOUR.FR — depuis le 2 septembre

- IGP val-de-montferrand blanc 2018, Grande cuvée, domaine de l'Hortus, **22,90 €** . . . p. 26

CASINO — jusqu'au 13 septembre

- Delle-venezie blanc 2019, Pinot grigio BIO, Era, **4,50 €** . . . p. 18
- Crémant-d'alsace brut, Prestige, Dopff au Moulin, **8,50 €** . . . p. 21
- Savennières 2019 BIO, domaine Jo Pithon, **10,95 €** . . . p. 22
- Haut-médoc cru bourgeois 2016, Château Malescasse, **18,50 €** . . p. 25
- Santenay blanc 2017, Pierre Mayeul, **20,95 €**. . . . p. 26
- Margaux 2017, Château Dauzac, Club des sommeliers Grandes réserves, **22,50 €** . . . p. 26

CDISCOUNT.COM — jusqu'au 27 septembre

- Vin de France 2018, Gamay le premier soir, Les Copains d'abord, **5,49 €** . . . p. 18
- Crémant-de-Bourgogne brut 2013, Vive-la-Joie, Bailly-Lapierre, **10,99 €**. . . . p. 22

CHATEAUNET.COM — du 5 au 26 septembre

- Bordeaux rouge 2016, Château Barreyre, **4,90 €** . . . p. 18
- Vin de France 2017, Syrah Vissante, domaine Chèze, **7,90 €**. . . . p. 20
- Loupiac 2015 BIO, Château de Cranne, **8,95 €** . . . p. 21
- Chablis 2018, domaine de Biéville, **12,90 €** . . . p. 23
- Saint-péray 2017, Version, François Villard, **17,95 €** . . . p. 25
- Champagne brut, Carte d'Or, Maison Drappier, **22,08 €** . . . p. 26
- Saint-Julien 2014, Les Fiefs de Lagrange, Château Lagrange, **22,50 €** p. 26

DUCLOT LA CAVE AUX GALERIES LAFAYETTE — du 5 au 26 septembre

- Bordeaux rouge 2015, Le Petit Champ BIO, Château du Champ des treilles, **7,90 €** . . . p. 20
- Côte-roannaise rouge 2018, Oudan, BIO, domaine Sérol, **15,50 €** . p. 24
- Haut-médoc 2009, Château Lanessan, **22,50 €** . . . p. 26

FRANPRIX — du 23 septembre au 11 octobre

- Val-de-loire blanc 2019, Chouette chenin, Jérémie Mourat, **5,40 €** p. 18

IDEALWINE.COM — du 15 septembre au 6 octobre

- Côtes-catalanes blanc 2018, L'Année BIO, Les Clos perdus, **10,90 €** p. 22
- Sancerre blanc 2018, Exils, François Crochet, **19,90 €** . . . p. 25
- Bordeaux-côtes-de-francs 2016, Emilien, Château Le Puy, **24 €** . . p. 28
- Terrasses-du-larzac rouge 2014 BIO, domaine de Montcalmès, 24,90 € . . . p. 28

INTERMARCHÉ — du 8 au 27 septembre

- Listrac-médoc 2015, Château Fourcas Hosten, **13,99 €** . . . p. 23

LA GRANDE ÉPICERIE — du 9 septembre au 15 octobre

- IGP pays-d'oc rouge 2019, En rébellion BIO, domaine Sainte-Marie-des-Crozes, **6,90 €** . . . p. 19
- Chinon rouge 2019, Les Galets BIO, domaine Marc Plouzeau, **9,90 €** p. 21
- Touraine blanc 2018, Le Chenin de la colline BIO, domaine de la Garrelière, 10,90 € . . . p. 22
- Anjou blanc 2018, Effusion, domaine Patrick Baudouin, **18,50 €** . . p. 25
- Marsannay 2016, Les Longeroies BIO, Decelle-Villa, **24,90 €** . . . . p. 28

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération.

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Parisien (WEEK-END)
Pays : France
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 311078

Date : 04 septembre 2020
Page de l'article : p.29-30

LAVINIA — du 8 au 29 septembre

- Bordeaux rouge 2016, « S » de Saint-Pey, Château Saint-Pey, **5,50 €** — p. 18
- Bordeaux rouge 2018, Château Haut-Boutisse, **7 €** — p. 20
- Languedoc rouge 2018, Le Mas BIO, domaine Clavel, **10 €** — p. 22
- Saumur-champigny 2018, Pierre-Adrien Vadé, **15 €** — p. 24
- Terre siciliane blanc 2019, SP68, Occhipinti, **17,50 €** — p. 24
- Côtes-du-rhône rouge 2018, Les Hauts de Gramenon, BIO, domaine Gramenon, **17,50 €** — p. 24
- Mâcon-villages blanc 2018, Les Pierres Blanches BIO, Les Vignes du Mayne, **23 €** — p. 28
- Maranges rouge 2018, La Rue des Pierres, domaine Elodie Roy, **23 €** — p. 28

E. LECLERC — du 29 septembre au 10 octobre

- Cahors 2019, Grand vin, Château La Reyne, **5,95 €** — p. 19
- Faugères rouge 2018, La Chapelle BIO, Château des Estanilles, **7,65 €** — p. 20
- Viré-clessé 2019, Tradition, Christian Lebaupin, **9,95 €** — p. 21
- Haut-médoc 2018, Château Cambon La Pelouse, **13,95 €** — p. 23
- Pessac-léognan 2015, Château Rouillac, **19,95 €** — p. 25
- Saint-émilion-grand-cru 2018, N°3 d'Angélus, Château L'Angélus, **29,95 €** — p. 29

LEPETITBALLON.COM — jusqu'au 23 septembre

- Mendoza rouge 2019, Virgen BIO, domaine Bousquet, **8 €** — p. 20
- Hautes-côtes-de-nuits rouge 2018, Les Genevrières BIO, Patrick Hudelot, **11,50 €** — p. 22

LE REPAIRE DE BACCHUS — du 14 septembre au 11 octobre

- Bourgueil rouge 2018, Les Rochettes, domaine Les Pins, **6,90 €** — p. 19
- Beaujolais blanc 2018, Manoir du Carra, **8,90 €** — p. 21
- Coteaux-du-giennois blanc 2019, Les Perrois BIO, François Crochet, **10,50 €** — p. 22
- Riesling 2018, Les Jardins BIO, domaine Ostertag, **17,90 €** — p. 24
- Bourgogne-hautes-côtes-de-beaune rouge 2017, La Perrière, domaine Denis Carré, **18,90 €** — p. 25
- Champagne brut, Première, Chassenay d'Arce, **19,90 €** — p. 25
- Ile-de-beauté rouge 2018, Myrtus, Sant Armettu, **23 €** — p. 29
- Montlouis-sur-loire blanc 2018, Clos du Hochet, domaine de la Taille aux Loups, **23,60 €** — p. 29

LIDL — depuis le 2 septembre

- Chiroubles 2019, domaine de la Chapelle-Bizot, **5,99 €** — p. 19
- Crozes-hermitage rouge 2019, Mouvement perpétuel, Cave de Tain, **9,99 €** — p. 21

MAGASINS U — du 29 septembre au 10 octobre

- Languedoc-montpeyroux 2018, domaine des Tieulières, **4,95 €** — p. 18
- Savoie-arbin 2019, domaine Fabien Trosset, **7,95 €** — p. 20
- Saint-joseph rouge 2018, Terre de granit, Vignoble Olivier Decelle, **13,95 €** — p. 23
- Moulis-en-médoc 2012, Château Brillette, **14,90 €** — p. 23

MILLESIMES.COM — du 15 septembre au 6 octobre

- Touraine blanc 2019, domaine de Cray, **6,50 €** — p. 19
- Côtes-du-Rhône rouge 2018, Les Buisserons, Famille Richaud, **8,90 €** — p. 21
- Pic-saint-loup rouge 2017, Altitude 658, domaine Chazalon, **10,80 €** — p. 22
- Fronsac 2016, Château de la Dauphine, **16,50 €** — p. 24

MONOPRIX — du 18 septembre au 4 octobre

- Vin de France rouge 2018, Coq Léon, Piron, **6,50 €** — p. 19
- Muscadet-sèvre-et-maine 2018, Clos du milieu BIO, domaine Luneau-Papin, **9,69 €** — p. 21
- Reuilly rouge 2019, Les Rives, Antoine de la Farge, **10,50 €** — p. 22

NATURALIA — du 29 septembre au 14 octobre

- Costières-de-nîmes blanc 2019 BIO, domaine Grange des moines, **6,85 €** — p. 19
- Sancerre blanc 2019, Caillottes BIO, Vignoble Dauny, **11,75 €** — p. 23

NICOLAS — du 9 septembre au 13 octobre

- Ardèche rouge 2019, Notre culture réserve BIO, Vignerons ardéchois, **6,40 €** — p. 19
- Saint-joseph blanc 2018, Les Riaizes, Héritiers Gambert, Cave de Tain, **19,75 €** — p. 25

TWIL.FR — du 8 septembre au 15 octobre

- Coteaux-du-layon 2015, Exception, Château Soucherie, **15,25 €** — p. 24
- Tokay 2017, Vision, Holdvölgy, **16,50 €** — p. 24
- Champagne extra-brut, Henin Delouvin, **24,90 €** — p. 28

VEEPEE.FR — depuis le 2 septembre

- Bordeaux rouge 2018, Sarmentine BIO, François Thienpont, **4,50 €** — p. 18
- Côtes-du-rhône rouge BIO, Oé, **7 €** — p. 20
- Alsace-grand-cru-kaefferkopf 2016 BIO, Jean-Baptiste Adam, **13,65 €** — p. 23
- Alsace gewurztraminer vendanges tardives 2012, Etoile polaire BIO, Vignoble des 2 lunes, **29,90 €** — p. 28

VIN-MALIN.FR — du 15 septembre au 6 octobre

- Morgon 2018, Jean Foillard, **12,69 €** — p. 23
- Mâcon-uchizy 2016, Les Maranches, Les Héritiers du Comte Lafon, **17,10 €** — p. 24

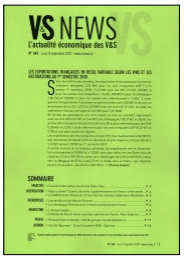
WINEANDCO.COM — jusqu'au 6 octobre

- IGP pays-d'oc blanc 2019, Marie, Maison Ventenac, **6,50 €** — p. 19
- Vin de France 2019, Camille de Labrie, Axelle et Pierre Courdurié, **7,50 €** — p. 20
- Champagne blanc, Réserve brut, A. Bergère, **18,90 €** — p. 25
- Lalande-de-pomerol 2015 BIO, Château Pavillon Beauregard, **21 €** — p. 26

Tous droits réservés à l'éditeur

V&S news
L'essentiel de l'actualité économique des Vins & Spiritueux

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : Du 04 au 10 septembre 2020
Page de l'article : p.6
Journaliste : T.G.

Le champagne Brimoncourt a repris sa distribution France

FRANCE

Assez logiquement, la maison Brimoncourt, dont les champagnes étaient distribués en France depuis 6 ans par RFD, a repris son indépendance au printemps dernier dans la foulée du rachat de RFD par Campari, lui-même dorénavant propriétaire de la maison de champagne Lallier. Emmanuel de La Morinerie ajoute à sa fonction de directeur des opérations de Brimoncourt celle de directeur commercial France pour monter progressivement un réseau d'agents et de VRP. La France absorbe 60% des 250 000 cols commercialisés annuellement par Brimoncourt, marque de champagne référencée par Nicolas depuis 3 années révolues. ■ *T.G.*

Tous droits réservés à l'éditeur

■ SUD RADIO (05/09/20 à 12:30 | 00:28:34) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas, à Paris.

■ SUD RADIO (06/09/20 à 12:45 | 00:01:09) : « IN VINO » *Alain Marty*

L'émission est délocalisée chez les Cavistes Nicolas, à Paris au 31 Place de la Madeleine.

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

OCTOBRE 2020



Omnicom Public Relations Group



PRODUITS

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Cognac Delamain : une tradition d'excellente renouvelée

Date : 02/10/2020
Heure : 12:45:35
Journaliste : Mathieu Doumenge

www.terredevins.com
Pays : France
Dynamisme : 4

Visualiser l'article

les habitués et conquérir, à n'en pas douter, de nombreux amateurs de spiritueux qui oublient encore trop souvent que la France produit (notamment) à Cognac des eaux-de-vie fantastiques et racées.

Offre de lancement Pale & Dry chez Nicolas : 85€ au lieu de 95€ – jusqu'au 13/10/2020



NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

L'ECO AUSTRAL
Pays : FR
Périodicité : Mensuel



Date : Septembre 2020
Page de l'article : p.77
Journaliste : Thierry Kasprowicz

LE RESTAURANT ET LES BIÈRES DU MOIS AVEC NICOLAS | HAPPY FEW GASTRONOMIE

Êtes-vous zythologue ?

Si les Caves NICOLAS sont connues pour leur expertise dans la vente de vins, elles le sont également dans le monde de la bière. Pas moins d'une vingtaine de références des cinq continents sont proposées dans les Caves NICOLAS de La Réunion.

Par Thierry Kasprowicz

La folie de la bière avec ses microbrasseries et ses bières du monde s'est emparée des amateurs qu'on nomme zythologues ou biérologues. Tout comme le sommelier pour le vin, le zythologue est un connaisseur chevronné de la bière et des accords mets et bières. Sur toute la planète, chaque pays, ou presque, produit au moins une bière possédant ses spécificités, ce qui fait un patchwork de bouteilles indénombrables. Ça vous dit de vous faire mousser ? Petit tour du monde de la bière avec cette sélection de cinq bouteilles.

FRANCE

Abbatiale Tripe ambrée 33 cl

Style, famille : Trippel. 7°
3,90 euros

Commençons ce voyage des bières par la France. La Brasserie des Sources est basée à Saint-Armand-les-Eaux dans le département du Nord de la France. Cette bière de longue garde et de triple fermentation aux baies de genièvre est un bel hommage à l'abbatiale de Saint-Armand. De couleur ambrée, elle développe un bouquet aromatique épicé, tendre aux arômes olfactifs de malt avec une bouche crémeuse sur des notes de caramel, de fruits secs et de malt.



JAPON

Hitachino Dai Dai Ale 33 cl

Style, famille : Pale ale. 6,2°
5,60 euros

L'originalité de cette bière nippone est qu'elle a été brassée avec des « Fukuri Mikan », une variété de mandarine japonaise très aromatique. La robe de cette *pale ale* est orange, trouble avec une fine mousse blanche. Des notes houblonnées, florales ainsi que d'agrumes se perçoivent avec douceur en bouche. Une amertume intéressante apportée en plus du houblon par cette variété de mandarine.



ROYAUME-UNI

Samuel Smith Taddy Porter 33 cl

Style, famille : Porter et Stout. 5° - 4,00 euros



Autre escale obligatoire pour les amateurs de bières, notamment de *stouts* : la Grande-Bretagne. Samuel Smith Old Brewery est la brasserie la plus ancienne du Yorkshire. Le puits original à la vielle brasserie, construit en 1758, est toujours utilisé, et l'eau pour le brassage est tirée de 85 pieds sous terre. Les *ales* et les *stouts* de Samuel Smith sont fermentées dans des « carrés en pierre du Yorkshire », des cuves de fermentation composées de plaques d'ardoise solides qui donnent aux bières un goût plus corsé, utilisant la même variété de levure depuis le XIXe siècle. Cette Taddy Porter possède une robe très foncée avec des arômes de malt torréfié. Les saveurs de chocolat, de café et d'amertume torréfiée sont dominantes. La finale en bouche est douce, on retrouve les notes de café et de grillé.

ÉTATS-UNIS

Samuel Adams Boston Lager 33 cl

Style, famille : Pale lager. 4,8°
3,30 euros

Boire une bière aux States avec cette Boston Lager est un beau voyage ! Cette bière a obtenu le premier prix au *Great American Beer Festival*. Deux sortes de malts ainsi que deux houblons aromatiques allemands font la typicité de cette *pale lager*. D'intéressants arômes maltés couplés à des notes de caramel avec une touche fruitée s'expriment au nez comme en bouche. Les houblons apportent leur force en bouche et offrent un équilibre amer/acidulé très réussi !



BELGIQUE

St Bernadus Blonde 33 cl

Style, famille : Quadrupel. 10° - 4,40 euros

La St Bernardus Abt 12 est une bière belge, dite d'abbaye, qui possède la particularité d'être brassée selon la même recette que la mondialement et quasi introuvable célèbre bière trappiste Westvleteren 12° Abt qui fut élue meilleure bière au monde 2005. Cette quadrupel est une bière forte et fruitée avec une sensation gustative très sucrée et peu de pétillance. Une complexité autour des épices prend la suite, notamment autour du poivre et de la réglisse pour une fin de bouche plutôt chocolatée avec des notes de pruneaux et de raisins macérés.



NICOLAS DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

SommelierS
INTERNATIONAL
Pays : FR
Périodicité : Trimestriel

Date : N 168 - 2020

FOIRES AUX VINS 2020

L'édition 2020 des Foires aux vins sera incontestablement inusuelle. Depuis 2018 le marché du vin a connu des soubresauts, les vins français ont été particulièrement impactés. Les taxes américaines de 25 % à l'import, les stocks invendus de 2018 et l'actualité sanitaire récente caractérisent le quotidien de nombreuses régions viticoles. Les sélections des Foires aux vins le retranscrivent. Dès 2019, elles avaient globalement accusé une baisse quantitative des vins étrangers. Les conditions sanitaires liées au COVID-19 ont accentué la tendance, certaines enseignes ayant choisi de considérer uniquement les vins français. D'autres ont relevé avec célérité le défi, dévoilant un panel international qualitatif. Les Foires aux Vins 2020 attendent un effet cathasis des consommateurs envers les vignerons avec un recentrage sur le qualitatif et les vins engagés.

Wine fairs 2020 ‖ The 2020 edition of the Wine Fairs will undoubtedly be unusual. Since 2018 the wine market has been going through some ups and downs, French wines have been particularly impacted. American import taxes of 25%, unsold stocks in 2018 and recent health news have been the daily reality in many wine regions. This is reflected in the selections from wine fairs. By 2019, they had generally seen a decline in the quantity of foreign wines. Health conditions related to COVID-19 accentuated the trend, with some retailers choosing to consider only French wines. Others rose to the challenge quickly, unveiling an international quality panel. The 2020 Wine Fairs expect a catharsis effect from consumers towards winemakers with a refocusing on quality and committed wines.

NICOLAS

Du 9 septembre au 13 octobre

Une sélection de 61 vins dont 70 % de nouveautés, 8 millésimes proposés, l'enseigne se recentre sur les vins français. A entrapercevoir, le Cornas, Chante-Perdrix, Delas 2018.

A selection of 61 wines, 70% of which are new, 8 vintages proposed, the brand is refocusing on French wines. To be seen - Cornas, Chante-Perdrix, Delas 2018.

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

M LE MAGAZINE DU MONDE
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 265208





Date : 24 octobre 2020
Page de l'article : p.4-6
Journaliste : Stéphane DAVET, Laure GASPAROTTO et Ophélie NEIMAN

DOSSIER

Caves aux TRÉSORS.

EN FRANCE, DE NOMBREUSES COOPÉRATIVES VALENT LE DÉTOUR. PARMI LES COUPS DE CŒUR, "M" A CHOISI UNE CUVÉE D'ENTRÉE ET UNE DE HAUT DE GAMME.

Texte Stéphane DAVET, Laure GASPAROTTO et Ophélie NEIMAN — Illustration Alva SKOG



ALSACE

CAVE DE PFAFFENHEIM

Elle fait partie de nos coups de cœur depuis plusieurs années. Sait-elle à la fois moderniser et proposer des cuvées justes et précises. Avec 145 producteurs répartis sur 313 hectares à travers le vignoble alsacien, ce niveau de qualité est d'autant plus remarquable.
PFAFFENHEIM.COM

Pfaff, Cuvée Jupiter, riesling, blanc, 2019
Des notes de citron cuit et de fleurs, de discrets hydrocarbures signent ce riesling expressif. Très sec et tendu en bouche, il offre un bel équilibre entre charme et austérité. 16,80 €

La Griffe du diable, pinot noir, rouge, 2015
Quel bonheur de goûter un rouge alsacien si élevé. Élevé en fût de chêne, brillant dans le verre, il a déjà révélé et révélera encore longtemps. Il longe clairement du côté des côte-de-nuits bourguignons, car il en a la finesse, la complexité et la tenue. On est très fan. 17,80 €

CAVE DE RIBEAUVILLÉ

Cette cave cartule ses faits d'armes : l'une des plus vieilles de France, propriétaire de dix grands crus, de huit lieux-dits et de 225 hectares vendangés uniquement à la main. Surtout, elle produit des vins dont l'élégance donne le ton à toute une région.
VINS-RIBEAUVILLE.COM

Riesling Collection, blanc, 2018
Très sec, très minéral, très belle longueur. Et de la vivacité. Un riesling qui fait la différence non par son exubérance, mais par sa distinction. 9,30 €

Clos du Zahnacker, blanc, 2014
Ce clos, situé au milieu du grand

Les Champs clos, sancerre, blanc, 2019
D'une belle texture fondée sur une minéralité expressive, ce vin se révèle net et franc. Une cuvée exclusivement réservée aux magasins Nicolas. 18 €

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins



MAGASINS

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Date : 15/10/2020
Heure : 10:14:46

L'USINENOUVELLE

www.usinenouvelle.com
Pays : France
Dynamisme : 32

Visualiser l'article

[Communiqué] Ouverture du nouveau magasin de l'enseigne Nicolas à Bordeaux-Lac en Gironde

Gironde : le réseau de cavistes Nicolas s'équipe d'une nouvelle unité à Bordeaux.
Basée à Thiais dans le Val-de-Marne, l'enseigne Nicolas (231 M€ de CA en 2019) est une société anonyme à conseil d'administration qui se spécialise dans la vente de vin. Le réseau se constitue de plusieurs magasins, éparpillés un peu partout dans l'Hexagone et à l'étranger. Dans le but de renforcer sa présence sur le territoire national, l'enseigne a ouvert le 28 août dernier un nouveau point de vente à Bordeaux-Lac en Gironde. Cette nouvelle unité se trouve au 90 Avenue des 40 Journaux, au sein du centre commercial Aushopping Bordeaux-Lac. À la direction de cette boutique, on retrouve Emilie Léon et Denis Farevetto.

Ayant déjà à son actif plus de 500 magasins en activité dans le monde, l'enseigne prévoit d'autres ouvertures. D'ici 3 ans, elle a pour objectif d'acquérir plus d'une centaine de nouveaux magasins franchisés dans des villes comme Bordeaux (Gironde).

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

LA DÉPÊCHE du Midi
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 171431





Date : 26 octobre 2020
Page de l'article : p.11
Journaliste : Jean-Louis Gazignaire

commerce

Lionel, le nouveau sourire de la cave Nicolas

Au client qui lui demande son avis à propos d'une bouteille, il répond : « Vous voulez mon avis personnel ou celui du caviste ? » Le ton est donné, l'œil du chaland s'allume, et l'échange commence, passionné parfois, passionnant toujours.

Lionel Moreau ne conçoit pas son métier autrement que dans le partage des goûts et des connaissances. Et quel plus beau partage que de s'enrichir mutuellement par ses découvertes, ses trouvailles d'un grand cru retrouvé ou d'un petit vin charmant ? Nul doute que la fidélité de la clientèle de Nicolas s'en trouvera consolidée.

Car c'est ici, au flanc du marché couvert d'Agen, que Lionel exerce désormais son métier de caviste. Une escale qu'il espère longue et prospère. Et moins agitée que les précédentes. Car cet Orléanais de 36 ans a connu des débuts plutôt mouvementés dans la grande maison bicentenaire. C'était à Paris, première gérance place d'Italie, et la suivante à La Boétie-Ponthieu, près des Champs- Elysées. Tout va bien.



Lionel Moreau dans sa boutique : bienvenue chez lui. Et à lui : bienvenue à Agen !/ photo J.-L. Gazignaire

Agressé dans sa boutique à Paris

Mais quand il hérite du magasin de Magenta, entre les gares du Nord et de l'Est, la, chose va virer au cauchemar. Ce quartier n'est pas de tout repos et il va vite en faire l'amère expérience. Parfois quelqu'un entre, s'empare d'une bouteille et ressort sans payer en le narguant. Il expose de fausses bouteilles pour réduire les vols permanents. Mais il est sur le pont 60 heures par semaine : « Travailler ne me fait pas peur, dit-il, seul au magasin de 10 heures à 20 heures, mais j'ai dû faire face à de plus en plus d'incivilités. Jusqu'au jour où je reçois une grosse commande par téléphone, whisky, champagne, etc. Il y en a pour 2 000 €. Le soir trois hommes débarquent, le premier me ceinture et me tabasse pendant que les complices s'emparent de la commande, volent d'autres bouteilles et disparaissent. Cette fois, c'est trop. Le choc psychologique est intense. Je ne voulais plus, je ne pouvais plus rester dans cette violence et cette insécurité, j'étais à bout… »

La maison Nicolas lui propose alors une autre succursale parisienne… ou celle d'Agen, qui vient de se libérer avec le départ de Gaétan Ganne. Lionel n'hésite pas une seconde !

« Je me sens bien à Agen »

« Je me sens bien à Agen, les gens d'ici sont chaleureux et ils aiment le vin, qui représente 80 % de mes ventes (avec le champagne), loin devant les alcools, et je sens monter en puissance l'intérêt pour la bière. Le catalogue de Nicolas est riche en vins de toute provenance et d'un large panel de prix. Les Agenais sont friands du vin de Gascogne, bien sûr, Uby ou Tariquet. Mais je peux aussi leur présenter des vins que j'apprécie, comme un haut médoc du château de Citran ample et fin, en rouge ; un château Martinolle en blanc, un chardonnay du Languedoc à l'arrière-goût de noisette fraîche ; ou, en rosé, un château de Pennautier, cultivé près de Carcassonne au soleil de la Montagne noire. »

On n'en finirait pas d'échanger avec Lionel sur les plaisirs du vin. Allez donc lui dire bonjour dans sa boutique… vous serez conquis par son large sourire, et pour peu que vous soyez amateur de bon vin, la visite risque de durer un moment !

De notre correspondant
Jean-Louis Gazignaire

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Date : 26/10/2020
Heure : 15:02:41

LADEPECHE.fr

www.ladepeche.fr
Pays : France
Dynamisme : 491

Visualiser l'article

Agen. Lionel, le nouveau sourire de la cave Nicolas

Lionel Moreau dans sa boutique : bienvenue chez lui. Et à lui : bienvenue à Agen ! photo J.-L .Gazignaire

Au client qui lui demande son avis à propos d'une bouteille, il répond : "Vous voulez mon avis personnel ou celui du caviste ?" Le ton est donné, l'œil du chaland s'allume, et l'échange commence, passionné parfois, passionnant toujours.

Lionel Moreau ne conçoit pas son métier autrement que dans le partage des goûts et des connaissances. Et quel plus beau partage que de s'enrichir mutuellement par ses découvertes, ses trouvailles d'un grand cru retrouvé ou d'un petit vin charmant ? Nul doute que la fidélité de la clientèle de Nicolas s'en trouvera consolidée.

Car c'est ici, au flanc du marché couvert d'Agen, que Lionel exerce désormais son métier de caviste. Une escale qu'il espère longue et prospère. Et moins agitée que les précédentes. Car cet Orléanais de 36 ans a connu des débuts plutôt mouvementés dans la grande maison bicentenaire. C'était à Paris, première gérance place d'Italie, et la suivante à La Boétie-Ponthieu, près des Champs- Elysées. Tout va bien.

Agressé dans sa boutique à Paris

Mais quand il hérite du magasin de Magenta, entre les gares du Nord et de l'Est, la, chose va virer au cauchemar. Ce quartier n'est pas de tout repos et il va vite en faire l'amère expérience. Parfois quelqu'un entre, s'empare d'une bouteille et ressort sans payer en le narguant. Il expose de fausses bouteilles pour réduire les vols permanents. Mais il est sur le pont 60 heures par semaine : "Travailler ne me fait pas peur, dit-il, seul au magasin de 10 heures à 20 heures, mais j'ai dû faire face à de plus en plus d'incivilités. Jusqu'au jour où je reçois une grosse commande par téléphone, whisky, champagne, etc. Il y en a pour 2 000 €. Le soir trois hommes débarquent, le premier me ceinture et me tabasse pendant que les complices s'emparent de la commande, volent d'autres bouteilles et disparaissent. Cette fois, c'est trop. Le choc psychologique est intense. Je ne voulais plus, je ne pouvais plus rester dans cette violence et cette insécurité, j'étais à bout..."

La maison Nicolas lui propose alors une autre succursale parisienne... ou celle d'Agen, qui vient de se libérer avec le départ de Gaétan Ganne. Lionel n'hésite pas une seconde !

Je me sens bien à Agen

oYWgxvRBNj03KmKY9JZVaiA-ALHHAVUe99ATN3-TUkarmxR2tt5CgZmY3

NICOLAS DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins



CORPORATE

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 13095





Date : 1er octobre 2020
Page de l'article : p.40
Journaliste : SYLVIE LEBOULENGER

>>>

Nicolas expérimente la vente à distance

Le caviste Nicolas a inauguré fin août un magasin en franchise à Bordeaux. Les choses redémarrent donc pour cette enseigne qui s'est récemment ouverte à ce mode de développement et qui prévoit une dizaine d'ouvertures d'ici à la fin de l'année et 200 autres sous trois ans. Le caviste n'a pas trop souffert du confinement car il a rouvert son réseau, sur la base du volontariat, dès le 1er avril. Pendant les deux semaines de fermeture, les équipes de Nicolas ont pu peaufiner un protocole de réouverture pour garantir la sécurité des franchisés et des salariés et le redémarrage de l'activité. Ce protocole prévoyait la présence d'un seul client à la fois dans le magasin, le caviste devait ouvrir et fermer la porte de sa boutique, lui seul touchait aux bouteilles et seuls les paiements par carte étaient autorisés.



Nicolas a rouvert dès le 1er avril mais la vente en ligne a aussi très bien marché.

© NICOLAS

« Les clients ont apprécié car ils pouvaient dialoguer avec leur caviste », explique Christopher Hermelin, directeur marketing et de la communication de Nicolas. En parallèle, le site marchand (1 % du chiffre d'affaires) a *« explosé »*, selon l'enseigne, qui a également expérimenté la vente à distance, par mail ou par téléphone, avec un retrait en magasin ou une livraison à domicile (pour 14 €). *« C'est un vif succès »*, assure Christopher Hermelin. Et si les dossiers des candidats à la franchise ont pris du retard, les demandes, elles, *« sont en croissance, de la part de gens qui veulent leur indépendance »*. L'enseigne du groupe viticole Castel a identifié 85 villes cibles qui mériteraient d'avoir leur Nicolas. ■ SYLVIE LEBOULENGER

500
Le nombre de magasins en France (dont 320 en Île-de-France), 65 hors de France métropolitaine

10 nouveaux franchisés
visés dans l'année, 200 d'ici à trois ans

265 M€
Le chiffre d'affaires

NICOLAS DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

L'AXONAIS
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 29 octobre 2020
Journaliste : G. G.

SOISSONS

Camille Battisacchi reprend la cave Nicolas

Camille Battisacchi, 28 ans, vient de prendre la gérance de la cave à vin Chez Nicolas, 6 rue des Minimes. C'est un retour au bercail pour cette Soissonnaise qui travaille depuis une dizaine d'années dans le domaine du vin.

Elle a commencé par passer un Certificat de Qualification Professionnelle (CQP) de caviste à Paris, grâce auquel elle a été embauchée chez le caviste "Jean Bernard AOC", au Châtelet à Paris, avec qui elle partait dénicher les "pépites" des petits vignerons, travaillant principalement en bio ou en raisonnée. L'expérience a duré cinq ans.

Puis direction le lycée viticole de Beaune, où elle a obtenu un diplôme de viticulture et d'œnologie, d'où un attachement aux vins de Bourgogne. Elle est ensuite partie en Suisse à Lausanne, où elle s'occupait du rayon de spiritueux de l'enseigne Globus, grand magasin de luxe. Elle y a développé ses connaissances en whisky, son autre grande passion. Après un passage en Corse, elle a postulé pour obtenir la gérance d'un magasin Chez Nicolas. «*A Soissons, la boutique est rattachée à la Champagne*, dit-elle. *Les gérants ont donc la possibilité de proposer du champagne, ou même de la bière brassée localement, en dehors des références proposées par l'enseigne.*»

G. G.

Chez Nicolas. Ouvert lundi de 15h30 à 19h, du mardi au samedi de 9h30 à 12h30 et de 14h à 19h.



Camille Battisacchi, nouvelle gérante.

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins



MENTIONS

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 101551





Date : Octobre 2020
Page de l'article : p.93

VU, BU ET APPROUVÉ

Par Alain Marty, présentateur de "In Vino Sud Radio" et président-fondateur du "Cercle Economy et Grands Vins"

LE DOMAINE DU MOIS

Le Château Le Bouïs

Situées à Gruissan, les vignes du château, propriété de Frédérique et Jean-Jacques Olivié, sont brumisées par le vent marin et séchées par le vent du nord. Le domaine est devenu un site œnotouristique des plus accomplis : on déguste le vin, on peut aussi profiter des chambres et suites d'hôtes charmantes, goûter une cuisine raffinée ou participer à des balades gourmandes dans les vignes.

LA BOUTEILLE DU MOIS

Cuvée LB 2017

Élaborée à partir de deux cépages, la syrah et le cabernet-sauvignon, la Cuvée LB s'équilibre entre puissance et douceur sur un fond de fruits rouges et d'épices. Ample et d'une bonne longueur, elle se clôt sur des saveurs de moka. En off, on retrouve cette cuvée à la carte des plus beaux établissements tropéziens, mais également ceux de Saint-Barth', de Courchevel ou encore de Hongkong...

Domaine La Rouillère 2017, 28 €. domainelarouillere.com

LE CAVISTE DU MOIS

C'est au numéro 37 du quai de Suffren, face au port, à Saint-Tropez, qu'Emmanuel Aries fait vivre sa boutique Nicolas. L'enseigne est n° 1 de la distribution de vin en France en centre-ville, avec plus de 1500 références. Belle sélection de vins avec une mention spéciale pour ceux élaborés en Provence. Vous avez une question ? Emmanuel se fera un plaisir d'y répondre.

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Le nouvel Economiste.fr

www.lenouveleconomiste.fr
Pays : France
Dynamisme : 2

Visualiser l'article

"Moyennant un droit d'entrée relativement modeste, les micro-franchisés bénéficient de services communs tels qu'un standard téléphonique mutualisé, un système d'information efficace ou encore un intranet collaboratif…"

Dans le domaine automobile ensuite, de nombreuses enseignes accueillent régulièrement de nouveaux franchisés. Exemple : celui du réseau Axial, spécialisé dans la réparation de carrosseries automobiles. Fondé en association dès 1986 et rassemblant une bonne centaine de franchisés, puis en 2003 sous la forme d'une société anonyme, il s'est largement étendu au cours des dernières années en offrant à des carrossiers indépendants l'opportunité de rejoindre leur réseau. Intitulé désormais Axial Profession Carrossier, il compte aujourd'hui près de 400 ateliers répartis sur l'ensemble du territoire national. Grâce à l'absorption prochaine du réseau secondaire Best Repair, il devrait passer à plus de 450 dès le début de l'année prochaine. "En tant que tête de réseau, explique Jean-Pierre Ricaud, son Pdg, nous offrons à nos adhérents la possibilité d'accéder aux contrats globaux que nous signons régulièrement avec les loueurs de véhicules longue durée ou les entreprises gestionnaires d'une flotte automobile importante."

Quant aux dirigeants du réseau Point S, l'un des spécialistes du marché de l'entretien auto et le leader sur le marché du pneumatique (560 points de vente sur l'ensemble du territoire français), ils sont restés fidèles à la politique tarifaire déjà avantageuse conduite depuis l'origine et consistant à demander à chacun de leurs franchisés d'acquitter les droits d'entrée leur permettant de devenir actionnaires de l'enseigne et d'en être associés. Mais ils ont parallèlement lancé en 2016 un concept nouveau : l'enseigne Point S City, dans laquelle les conditions financières d'accès sont sensiblement plus favorables que dans le reste du réseau. "Cette réduction se justifie par le format réduit du Point S City qui offre les prestations essentielles de l'entretien auto, souvent en complément de l'activité principale exercée par le franchisé" explique Joël Arandel, directeur marketing du groupe. Point S City compte actuellement une quarantaine d'implantations, essentiellement dans des villes moyennes.

Micro-franchise, un relais de croissance pour les grandes enseignes

Enfin, un certain nombre de grandes enseignes commencent à s'intéresser à cette nouvelle approche de la franchise. Après s'être prioritairement implantées dans les zones urbaines où les possibilités d'expansion atteignent leurs limites, elles sont à la recherche de relais de croissance dans les zones plus éloignées des grandes agglomérations. C'est le cas notamment du caviste Nicolas qui dispose actuellement d'un réseau d'environ 500 boutiques en propre (dont plus de 300 dans la région Ile-de-France) et qui a ouvert une dizaine de franchises dans des villes moyennes comme Quimper, Bastia, Chamonix ou Cherbourg. "Évidemment, afin d'optimiser nos chances de succès pour les nouvelles implantations, précise Franck Boeuf, responsable de la franchise, nous offrons aux candidats à la franchise des conditions financières d'accès plus favorables que dans les contrats de franchise habituels et surtout, avant la signature, nous les accompagnons de très près dans l'élaboration de leur projet." Objectif : 85 implantations nouvelles à l'échéance 2030.

"Afin d'optimiser nos chances de succès pour les nouvelles implantations, nous offrons aux candidats à la franchise des conditions financières d'accès plus favorables que dans les contrats de franchise habituels"

Il en va de même pour Naturhouse, spécialisée dans la commercialisation de produits diététiques (plus de 600 centres), qui réfléchit à la possibilité d'ouvrir des boutiques-relais dans un certain nombre de villes moyennes françaises en signant des contrats de micro-franchise avec des petits commerçants indépendants ; ou encore pour le groupe Safti, qui se propose d'étendre à l'ensemble du territoire national son réseau intitulé L'Agence Automobilière, spécialisé dans la commercialisation de véhicules d'occasion.

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

France Bleu Lorraine Nord
Emission : France Bleu Lorraine matin

Résumé :
Circuits courts - Georgian Buzéa, gérant du Domaine de Georges-Constantin Buzea, est invité dans l'émission. Itw de celui-ci. Il est possible de trouver leurs bouteilles, notamment, à la cave Nicolas.

Sud Radio
Emission : In vino

Résumé :
L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Cuisine Actuelle HORS SÉRIE
Pays : FR
Périodicité : Bimestriel
OJD : 112806





Date : Octobre - novembre 2020
Page de l'article : p.98

Notre carnet d'adresses

107Rivoli : boutique.madparis.fr ; **À la Mère de Famille :** lameredefamille.com ; **AM.PM :** ampm.fr ; **Artesa :** 05 55 30 60 79 ; **Atmosphera :** atmosphera.com ; **Aude Tourisme :** audetourisme.com ; **Beaugrain :** beaugrain.com ; **Bedouin :** bedouin-fruits-secs.com ; **Boedeli :** maisondesmelanges.com ; **Bien Manger :** bienmanger.com ; **Bloomingville :** bloomingville.com/fr/shop ; **Café Royal :** cafe-royal.com ; **Calligaris :** calligaris.com ; **Caravane :** caravane.fr ; **Château Saint-Martin :** chateausaintmartin.net ; **Comptoir de Famille :** comptoir-de-famille.com ; **Connox :** connox.fr ; **Côté Table :** cote-table.com ; **De Buyer :** debuyer.com ; **Déglon :** deglon.fr ; **Degrenne :** degrenne.fr ; **Distilleries et Domaines de Provence :** distilleries-provence.com ; **Domaine d'Alon :** alaincavailles.fr ; **Domaine Jean-Baptiste Senat :** domaine-senat.com ; **Galerie des Lyons :** galerie-des-lyons.fr ; **Garden Trading :** gardentrading.co.uk ; **Gers Equipement :** gers-equipement.fr ; **Gien :** gien.com/fr ; **Goulibeur :** goulibeur.com ; **Grandmas Project :** grandmasproject.org/fr ; **Guy Demarle :** guydemarle.com ; **H2O at Home :** h2oathome.fr ; **Hema :** hema.com ; **Hübsch :** hubsch-interior.com ; **Hugo & Victor :** hugovictor.com ; **Ikea :** ikea.fr ; **Jardins de Gaïa :** jardinsdegaia.com ; **Jean Dubost :** jeandubost.fr ; **Kitchen Craft :** 05 55 30 60 79 ; **KitchenAid :** kitchenaid.fr ; **L'Auberge du Vigneron :** auberge-vigneron.com ; **La Bonne Graine :** 01 31 11 38 38 ; **La Bourdasso :** bourdasso.com ; **La Cour d'Orgères :** lacourdorgeres.com ; **Lartigue 1910 :** lartigue1910.com ; **Le 29 :** 29 rue de la Poste, 11130 Sigean, 06 64 84 36 72 ; **Le Bastion :** restaurant-bastion-lagrasse.fr ; **Le Château des ducs de Joyeuse :** chateau-des-ducs.com ; **Le Cochon du Madres :** 11140 Escouloubre, 06 70 35 22 41 ; **Le Comptoir de Mathilde :** lecomptoirdemathilde.com ; **Le Creuset :** lecreuset.fr ; **Le Potager :** restaurantsigean.com ; **Les Comptoirs de la Bio :** lescomptoirsdelabio.fr ; **Les Maîtres de mon moulin :** farinesdemeule.com ; **Luminarc :** latabledarc.com ; **Made in Design :** madeindesign.com ; **Maison Brémond 1830 :** mb-1830.com ; **Maison Vacher :** famillevacher.fr ; **Mamie Foodie :** mamiefoodie.com ; **Mas Antonin :** le-mas-d-antonin.com ; **MasterClass :** 05 55 33 60 61 ; **Mathon :** mathon.fr ; **Melitta :** melitta.fr ; **Microplane :** microplaneintl.com ; **Montcapel :** montcapel.com ; **Nicolas :** nicolas.com ; **Paupiette :** paupiette.co ; **Peugeot Saveurs :** fr.peugeot-saveurs.com/fr ; **Ruecab :** ruecab.com ; **Sabaton :** sabaton.fr ; **Seb :** seb.fr ; **Sostrene Grene :** sostrenegrene.com ; **Terraillon :** terraillon.com ; **Tom Press :** tompress.com ; **Vidal Fleury :** vidal-fleury.com ; **Villeroy & Boch :** villeroy-boch.fr ; **Vinaigrerie Cyril Codina :** vinaigrescodina.com ; **Vinatis :** vinatis.com ; **Zara Home :** zarahome.com/fr

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Date : 05/10/2020
Heure : 07:02:11

LE PROGRÈS

www.leprogres.fr
Pays : France
Dynamisme : 582

Visualiser l'article

À Lyon, Oé mise sur la consigne pour ses bouteilles de vin

La start-up lyonnaise poursuit ses initiatives écoresponsables: avec son partenaire Rebooteille, Oé, spécialisée dans le commerce de vins bio, sans pesticides et vegans, a décidé de réintroduire la consigne de verre dans l'univers du vin. Une première dans cette filière.

Bien sûr, les Lyonnais de Oé ne sont pas les premiers à avoir pensé à remettre la consigne de verre comme autrefois au goût du jour. Des initiatives pour les bouteilles de bières voient le jour un peu partout en France. Mais réintroduire la consigne de bouteille dans l'univers du vin, c'est plutôt inédit.

Une vingtaine de magasins partenaires

« Le caviste Nicolas a inauguré son retour il y a peu mais il le fait de manière interne. Oé est la première marque de vin en France à rendre la consigne possible partout en France, que ce soit chez Nicolas, chez d'autres épiceries, chez des acteurs de la distribution, dans des restaurants et traiteurs », précise Thomas Lesmales, c o-fondateur de la marque lyonnaise.

"))

C'est ce qu'on appelle une entreprise du changement labellisée BCorp : faire le bien par le bon.

La consigne Oé est présente dans une vingtaine de magasins dans Lyon, dont l'épicerie A la Source, dont la gérante Aneta Sidor a tout de suite adhéré à ce projet « zéro déchet ».

« Beaucoup de gens nous ont dit que cela ne servait à rien, mais on est sûr de nous. C'est une écologie qui a du sens. Réemployer une bouteille au lieu de la recycler permet d'économiser 33 % d'eau par rapport à une nouvelle bouteille fabriquée, de réduire de 76 % l'énergie dépensée et de produire 79 % de gaz à effet de serre en moins », insiste Thomas.

La question du coût

Grâce à leur partenaire Rebooteille, les bouteilles sont reprises, lavées et renvoyées. Le vin est ensuite rembouteillé et livré. « Tout ceci est possible parce que nous achetons le vin plus cher, mais on sait que demain, on s'y retrouvera car d'autres s'y mettront en s'alliant à nous et le coût du lavage baissera, alors que le coût de l'énergie (pour fondre le verre) ne peut qu'augmenter… De toute manière, l'intérêt de l'impact du sens à plus de valeur que le différentiel de coûts », indique le jeune entrepreneur.

NbTaXFoKSzZ56O6w41U3bCp8rqXU0lkwfKoZsmtoQfd0vQZjhh

NICOLAS DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

LA DÉPÊCHE du Midi

Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 171431





Date : 05 octobre 2020
Page de l'article : p.9
Journaliste : Cyrille Marqué

animation

La Foch piétonnisée, un beau coup d'essai

Samedi, c'était un jour historique pour la rue Maréchal-Foch qui a été offert aux piétons depuis la rue Pierre-Cohou, vierge de toute circulation automobile. La déambulation des robots géants transformers a cristallisé l'intérêt des enfants et des familles. Dommage que la piétonnisation de la plus belle avenue tarbaise n'ait pas davantage bénéficié de la clémence du ciel. Malgré la pluie qui faisait des claquettes sur le trottoir comme Nougaro le chantait, les consommateurs du centre-ville préfèrent retenir le meilleur. Marlène, jeune maman d'une fillette est ravie : « c'est plus agréable pour les enfants et en plus le stationnement est gratuit ». Joëlle aimerait même que la piétonnisation soit reconduite « tous les week-ends. Cela permet de faire les boutiques dans le calme, sans le bruit des voitures ou des motos qui pétaradent ». Les commerçants saluent cette belle initiative de la municipalité appelée à être reconduite tous les premiers samedis de chaque mois, avec quelques bémols. « Si toutes les conditions étaient réunies, il y aurait plus de monde. Cela crée des bouchons aussi au niveau de l'avenue du Marché-Brauhauban. Il y a des réglages à trouver mais pour l'instant nous manquons de recul » réagit Amandine des caves Nicolas. Corinne, responsable du magasin de prêt-à-porter IKKS trouve que « l'idée est très bonne même si aujourd'hui la météo n'est pas au rendez-vous. Cela ne nous a pas empêchés d'avoir du monde. Je suis favorable au principe de la piétonnisation à condition de proposer des animations et de communiquer dessus. L'histoire des robots, je trouve ça vraiment très sympa. C'est une manière originale d'attirer les enfants, et donc les parents au centre-ville ». Pour Béatrice Nadal responsable de Trendey et de Quetsch, « l'idée est bonne mais il vaut mieux la mettre en œuvre quand il fait beau ».



Les robots transformers ont obtenu beaucoup de succès auprès des enfants. /Photo Laurent Dard.

Cyrille Marqué

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

LE PROGRÈS
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 198324



Date : 11 octobre 2020
Journaliste : Sandrine RANCY

RHÔNE Consommation

À Lyon, Oé mise sur la consigne pour ses bouteilles de vin

La start-up lyonnaise poursuit ses initiatives écoresponsables : avec son partenaire Rebooteille, Oé, spécialisée dans le commerce de vins bio, sans pesticides et vegans, a décidé de réintroduire la consigne de verre dans l'univers du vin. Une première dans cette filière.

Bien sûr, les Lyonnais de Oé ne sont pas les premiers à avoir pensé à remettre la consigne de verre comme autrefois au goût du jour. Des initiatives pour les bouteilles de bières émergent un peu partout en France. Mais réintroduire la consigne de bouteille dans l'univers du vin, c'est plutôt inédit.

« Le caviste Nicolas a inauguré son retour il y a peu mais il le fait de manière interne. Oé est la première marque de vin en France à rendre la consigne possible partout en France, que ce soit chez Nicolas, chez d'autres épiceries, chez des acteurs de la distribution, dans des restaurants et traiteurs », précise Thomas Lesmales, co-fondateur de la marque lyonnaise. C'est ce qu'on appelle une entreprise du changement labellisée BCorp : faire le bien par le bon.

La consigne Oé est présente dans une vingtaine de magasins dans Lyon, dont l'épicerie A la Source, dont la gérante Aneta Sidor a tout de suite adhéré à ce projet « zéro déchet ».

« Beaucoup de gens nous ont dit que cela ne servait à rien, mais on est sûr de nous. C'est une écologie qui a du sens. Réemployer une bouteille au lieu de la recycler permet d'économiser 33 % d'eau par rapport à une nouvelle bouteille fabriquée, de réduire de 76 % l'énergie dépensée et de produire 79 % de gaz à effet de serre en moins », insiste Thomas.

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

LE JOURNAL DES ENTREPRISES (AUVERGNE RHONE-ALPES)
Pays : FR
Périodicité : Mensuel





Date : 1er octobre 2020
Page de l'article : p.20-21
Journaliste : Pierre Lelièvre

ANTÉSITE S'OFFRE UNE SECONDE JEUNESSE

Un an après avoir ouvert son capital à trois investisseurs, l'entreprise iséroise Antésite, spécialisée dans les arômes ultra-concentrés, s'ouvre à une cible plus jeune via de nouveaux produits et une diversification de ses canaux de vente, tout en affichant des velléités à l'export.



© DAVID MARC BLACHE

Nommé directeur général d'Antésite en février 2020, Stéphane Lacourt mène de front une diversification de la gamme de produits Antésite et de ses canaux de distribution.

Une première ouverture de capital en 122 ans qui ouvre de nouvelles perspectives pour Antésite (CA 2019 : 6,1 M€ / 40 salariés), société spécialisée dans les arômes et extraits ultra-concentrés. Basée à Coublevie (Isère) et détenue par la famille Mollard, l'entreprise est à l'origine de la très réputée boisson concentrée au réglisse Antésite, créée en 1898 par un apothicaire isérois. En novembre dernier, elle a accueilli au capital trois investisseurs pour un million d'euros. L'arrivée de Stéphane Lacourt, business developer, Jérôme Poisson, DG de Columbus Café, et du business angel François Lévêque marque une nouvelle étape dans le développement de la marque et des produits aromatiques. Une « histoire d'opportunité », remarque Stéphane Lacourt, nommé directeur général en février : « Nous échangions avec la famille Mollard il y a un an pour deux contrats de fabrication quand on a appris que la famille cherchait des investisseurs pour développer l'entreprise. Notre arrivée au capital a eu lieu en novembre 2019. »

Une arrivée chahutée par la crise du Covid-19 qui porte, malgré tout, déjà ses fruits. Alors que l'entreprise a fait le choix de produire de la solution hydro-alcoolique pour l'offrir aux hôpitaux et Ehpad, elle a également répondu aux nombreuses sollicitations de clients, comme les enseignes Nicolas ou Picard et certains supermarchés Carrefour.

OUVERTURE VERS LA GMS ET LE B TO B

350 000 litres ont déjà été commercialisés et l'opportunité d'en faire un nouveau segment de marché n'est pas écartée. « Nous étudions cela avec nos clients et nos fournisseurs pour pérenniser cette offre », note-t-il. Un quatrième segment de marché (près de 10 % du CA) qui viendrait compléter l'offre existante répartie entre les concentrés aromatiques (45 % du CA) – popularisé par le réglisse – et, depuis, déclinée vers des sirops bio (8 %) et les boissons à base de vin, commercialisées sous la marque Noirot (15 %). En se convertissant au tout bio, Antésite s'ouvre cette année les portes de 2 500 magasins supplémentaires en grandes et moyennes surfaces après avoir adressé les magasins spécialisés, l'an dernier. « Cette ouverture vers les grandes surfaces montre déjà des résultats probants, avec une hausse des ventes de 34 % depuis le début de l'année », se félicite Stéphane Lacourt.
Le B to B (20 % du CA) figure aussi comme un levier de croissance pour les nouveaux actionnaires. Antésite commercialise depuis peu deux types de boissons (citronnade et thé glacé) avec la marque Columbus Café et a lancé en août des jus de fruits avec la marque de bonbons acidulés Têtes Brûlées. Ces collaborations préfigurent aussi en 2021 le développement des échanges avec le

« L'ouverture vers les grandes surfaces montre déjà des résultats probants. »

Stéphane Lacourt, directeur général d'Antésite

NICOLAS DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

TERRE DE VINS HORS SERIE
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire



Date : Octobre 2020
Page de l'article : p.36-38
Journaliste : Jefferson Desport

ÉCONOMIE

Des poids lourds à la manœuvre

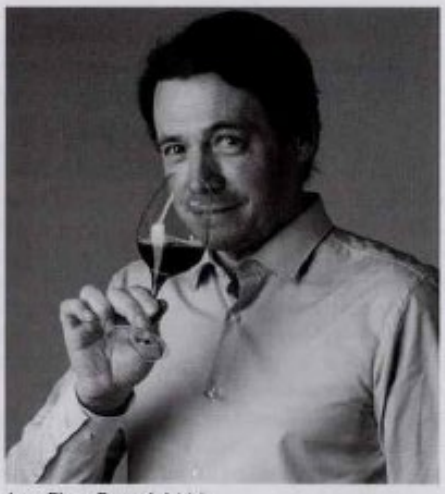
LE RACHAT EN 2019 DU CHÂTEAU CAMBON LA PELOUSE PAR LE GÉANT AUSTRALIEN TREASURY WINE ESTATES EST VENU CONFIRMER TOUT L'INTÉRÊT QUE SUSCITENT LES CRUS BOURGEOIS. UN MARCHÉ OÙ LA COMPÉTITION S'EST RESSERRÉE. DÉCRYPTAGE

Par Jefferson Desport, photographies DR

plan n'a rien d'un vœu pieux, TWE a déjà lancé la restructuration de Cambon La Pelouse. *« Nous avons arraché 8,5 ha, soit près de 12 % du vignoble, pour replanter du cabernet sauvignon,* détaille Sébastien Long. *On renouvelle aussi nos merlots sur certaines parcelles. Et on augmente la densité de plantation. »* Et ce n'est qu'un début : le chai devrait être agrandi, les pratiques environnementales approfondies…

LE RAPPORT QUALITÉ-PRIX, L'ARME FATALE

C'est déjà une certitude, il va falloir compter avec TWE. Les Crus Bourgeois peuvent-ils en profiter ? *« En termes d'émulation, il est très important d'avoir ces locomotives »,* observe Jean-Pierre Durand, le directeur général d'Advini, dont le groupe aligne trois Crus Bourgeois : les châteaux d'Hanteillan, Liversan et bien sûr Patache d'Aux, racheté en 2016. Une dernière acquisition – en appellation Médoc – qui confirme leur confiance dans ce segment. En effet, si le groupe a simplement demandé à être classé en Cru Bourgeois, ne se présentant ni à la sélection des Crus Bourgeois supérieurs, ni à celle des Crus Bourgeois exceptionnels, dans cinq ans, il en sera tout autrement. Fortement engagé dans une viticulture « vertueuse », Advini s'est inscrit dans une démarche de progression. Les terroirs de Patache d'Aux, sur le plateau de Bégadan, ont ainsi été confiés au winemaker Stéphane Derenoncourt, en même temps que l'outil de vinification a été remis à jour. *« Patache d'Aux est présent chez Nicolas depuis plus de cinquante ans, plus de quatre générations de Français ont vu et dégusté des bouteilles de Patache d'Aux sur la table dominicale,* souligne Jean-Pierre Durand. *Patache d'Aux est une signature. »* Et celle-ci n'a rien de confidentielle : elle



Jean-Pierre Durand, Advini



NICOLAS DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

le dauphiné libéré
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 223785





Date : 12 octobre 2020
Page de l'article : p.5

LYON Développement durable

Oé mise sur la consigne pour ses bouteilles de vin



La marque de vins bios lyonnaise Oé a décidé de franchir le pas et de réintroduire le principe de la bouteille en verre consignée. Photo Le Progrès/S.R.

La start-up lyonnaise poursuit ses initiatives écoresponsables : avec son partenaire Rebooteille, Oé, spécialisée dans le commerce de vins bio, sans pesticides et vegans, a décidé de réintroduire la consigne de verre dans l'univers du vin. Une première dans cette filière.

Bien sûr, les Lyonnais de Oé ne sont pas les premiers à avoir pensé à remettre la consigne de verre comme autrefois au goût du jour. Des initiatives pour les bouteilles de bières émergent un peu partout en France.

Mais réintroduire la consigne de bouteille dans l'univers du vin, c'est plutôt inédit.

« Le caviste Nicolas a inauguré son retour il y a peu mais il le fait de manière interne. Oé est la première marque de vin en France à rendre la consigne possible partout en France, que ce soit chez Nicolas, chez d'autres épiceries, chez des acteurs de la distribution, dans des restaurants et des traiteurs », précise Thomas Lesmales, co-fondateur de la marque lyonnaise.

C'est ce qu'on appelle une entreprise du changement labellisée "BCorp" : faire le bien par le bon.

La consigne Oé est présente dans une vingtaine de magasins dans Lyon, dont l'épicerie A la Source, dont la gérante Aneta Sidor, a tout de suite adhéré à ce projet "zéro déchet". « Beaucoup de gens nous ont dit que cela ne servait à rien, mais on est sûr de nous. C'est une écologie qui a du sens. Réemployer une bouteille au lieu de la recycler permet d'économiser 33 % d'eau par rapport à une nouvelle bouteille fabriquée, de réduire de 76 % l'énergie dépensée et de produire 79 % de gaz à effet de serre en moins », insiste Thomas Lesmales.

La question du coût

Grâce à leur partenaire Rebooteille, les bouteilles en verre de la marque sont reprises, lavées et renvoyées. Le vin est ensuite rembouteillé et livré. « Tout ceci est possible parce que nous achetons le vin plus cher, mais on sait que demain, on s'y retrouvera car d'autres s'y mettront en s'alliant à nous et le coût du lavage baissera, alors que le coût de l'énergie (pour fondre le verre) ne peut qu'augmenter… De toute manière, l'intérêt de l'impact du sens a plus de valeur que le différentiel de coûts », assure le jeune entrepreneur lyonnais.

Sandrine RANCY

NICOLAS DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Rayon Boissons
Le Magazine des Boissons en Grande Distribution
Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 3868





Date : Octobre 2020
Page de l'article : p.28

UN NOUVEAU CHEF DE GROUPE VINS POUR U

› L'équipe vins de Système U a connu des changements le 1er septembre dernier avec la promotion de Renaud Guerre-Genton au poste de chef de groupe. Précédemment chef de produits en charge des vignobles de Bordeaux, de la Loire et du Sud-Ouest, il succède à Jean-François Rovire qui a quitté les Nouveaux Commerçants en février 2020. Renaud Guerre-Genton travaillera ainsi avec Gérard Brégeon, associé à la Tranche-sur-Mer (85) et responsable de la catégorie chez Système U. Après une expérience de 12 ans chez Nicolas en tant que gestionnaire de magasins et acheteur, le nouveau chef de groupe a intégré le groupement en septembre 2016.

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Date : 11/10/2020
Heure : 23:06:47

ledauphine.com

www.ledauphine.com
Pays : France
Dynamisme : 640

Visualiser l'article

Oé mise sur la consigne pour ses bouteilles de vin

La start-up lyonnaise poursuit ses initiatives écoresponsables: avec son partenaire Rebooteille, Oé, spécialisée dans le commerce de vins bio, sans pesticides et vegans, a décidé de réintroduire la consigne de verre dans l'univers du vin. Une première dans cette filière.

Bien sûr, les Lyonnais de Oé ne sont pas les premiers à avoir pensé à remettre la consigne de verre comme autrefois au goût du jour. Des initiatives pour les bouteilles de bières émergent un peu partout en France.

Mais réintroduire la consigne de bouteille dans l'univers du vin, c'est plutôt inédit.

« Le caviste Nicolas a inauguré son retour il y a peu mais il le fait de manière interne. Oé est la première marque de vin en France à rendre la consigne possible partout en France, que ce soit chez Nicolas, chez d'autres épiceries, chez des acteurs de la distribution, dans des restaurants et des traiteurs », précise Thomas Lesmales, c o-fondateur de la marque lyonnaise.

C'est ce qu'on appelle une entreprise du changement labellisée "BCorp" : faire le bien par le bon.

"))

La consigne Oé est présente dans une vingtaine de magasins dans Lyon, dont l'épicerie A la Source, dont la gérante Aneta Sidor, a tout de suite adhéré à ce projet "zéro déchet". « Beaucoup de gens nous ont dit que cela ne servait à rien, mais on est sûr de nous. C'est une écologie qui a du sens. Réemployer une bouteille au lieu de la recycler permet d'économiser 33 % d'eau par rapport à une nouvelle bouteille fabriquée, de réduire de 76 % l'énergie dépensée et de produire 79 % de gaz à effet de serre en moins », insiste Thomas Lesmales.

La question du coût

Grâce à leur partenaire Rebooteille, les bouteilles en verre de la marque sont reprises, lavées et renvoyées. Le vin est ensuite rembouteillé et livré. « Tout ceci est possible parce que nous achetons le vin plus cher, mais on sait que demain, on s'y retrouvera car d'autres s'y mettront en s'alliant à nous et le coût du lavage baissera, alors que le coût de l'énergie (pour fondre le verre) ne peut qu'augmenter… De toute manière, l'intérêt de l'impact du sens a plus de valeur que le différentiel de coûts », assure le jeune entrepreneur lyonnais.

xX6XBxTxLIFAK4h1oHNMqOogFDxn46s1U6SbpYWZYSoZo6N_pZwrBvfNm\AZDYw

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Rayon Boissons
Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 3868





Date : Octobre 2020
Page de l'article : p.52
Journaliste : UGO BRUSETTI

SPIRITUEUX

PERNOD RICARD FRANCE EN ORDRE DE MARCHE

Officiellement créée le 1er juillet dernier, la nouvelle entité française du n° 2 mondial des spiritueux a pu lancer sa phase de reconquête. Avec un portefeuille toujours plus dense et des stratégies ciblées. Explications.



© Rayon Boissons

RICARD CHOUCHOUTÉ

La signature historique du groupe bénéficie en effet d'une attention particulière. Cela s'est traduit par la création de la plateforme « Born à Marseille » et d'une forte prise de parole tout au long de l'été. L'arrivée au printemps des deux formules labellisées agriculture biologique chez Nicolas souligne également la nécessité pour Ricard d'élargir sa cible.

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Rvi
Pays : FR
Périodicité : Bimestriel





Date : Septembre - octobre 2020
Page de l'article : p.39

COGNAC DELAMAIN PALE & DRY



Alors que nous célébrons le centième anniversaire du Pale & Dry, la Maison Delamain présente un Pale & Dry qui incarne l'innovation et le changement, mais aussi l'exploration et la recherche perpétuelle d'authenticité. Il est né de la volonté de Jacques et Robert Delamain d'élaborer sans cesse des cognacs de prestige au fil des siècles. Grâce à lui, Jacques et Robert Delamain ont scellé le destin de la Maison. Celui qu'elle poursuit depuis 100 ans et qu'elle souhaite faire voyager au moins 100 années de plus. C'est ainsi que l'héritage des frères Delamain est perpétué, en faisant évoluer le Pale & Dry vers de nouveaux horizons, afin d'en sublimer le caractère et d'en accentuer sa sensorialité. Sans rompre avec son héritage sensoriel de notes florales, d'agrumes, d'abricot et de vanille, le Maître de Chai réinterprète cet assemblage emblématique en intensifiant le style unique du Pale & Dry et adaptant son élaboration. Pale & Dry Centenaire est un assemblage d'eaux-de-vie de Grande Champagne, issues notamment du vignoble que Delamain exploite à Bellevigne. Fidèle à la création des frères Delamain, Pale & Dry Centenaire conserve son incroyable légèreté, sa longueur et son élégance inimitables. Pale & Dry Centenaire est proposé dans un nouveau format de 50 cl, conditionné dans un coffret haut de gamme.

Distribution > Cavistes, notamment chez Nicolas.

PVC > 95 €

NICOLAS DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

l'union

Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 94689





Date : 14 octobre 2020
Page de l'article : p.14
Journaliste : L.P.

NÉCROLOGIE

Disparition de deux personnalités féroises

FÈRE-EN-TARDENOIS La commune de Fère-en-Tardenois pleure un ancien et un nouvel élu.

Il était *« tombé sous le charme »* de Fère-en-Tardenois en s'y installant en 2016, comme le raconte son épouse Christine, et cet intérêt, Pascal Mansuy l'avait concrétisé en se présentant aux dernières élections municipales. Ce passionné d'art, qui aimait beaucoup les bâtiments, avait de grands projets pour la commune. Mais à peine élu, il a été emporté, à 47 ans, par une maladie découverte au sortir du confinement : un myélome multiple, un cancer du sang peu connu.

"Pascal Mansuy voulait une sculpture en hommage à Camille Claudel, je lui ai promis que je mènerai ce projet"
Jean-Paul Roseleux

Très rapidement en fauteuil roulant, cet habitant de Fère-en-Tardenois a fait preuve d'un grand courage, comme le signale son épouse. Depuis l'hôpital, il a même conçu une chasse au trésor à l'occasion des Journées du Patrimoine. *« Il voulait faire faire une copie d'une sculpture de Fère-en-Tardenois, je lui ai promis de mener le projet »*, indique, quant à lui, Jean-Paul Roseleux, le maire de Fère-en-Tardenois, qui l'a vu très peu de temps avant son décès.

Responsable maintenance chez EuroKera à Chierry, tout près de Château-Thierry, Pascal Mansuy était papa de Lyne, 18 ans et Sonia, 11 ans.



Jean-Pierre Albini a été conseiller municipal de 1983 à 2001. Pascal Mansuy venait d'être élu.

La vie a voulu que la commune déplore, dans la même période, le décès de Jean-Pierre Albini, né en 1927. Très investi dans la commune, il a été conseiller municipal de Fère-en-Tardenois durant 18 ans, soit trois mandats, entre 1983 à 2001. Tout particulièrement chargé des questions sociales, il a été membre du Centre communal des affaires sociales (CCAS) jusqu'en 2014.

D'origine italienne, il était arrivé en 1945, à l'âge de 18 ans, à Fère-en-Tardenois où il a rencontré plus tard Janine, la boulangère, qu'il a épousée en 1950. Un premier enfant est né dans l'appartement situé au-dessus du garage où travaillait son papa, des locaux abritant aujourd'hui une station-service. Six ans après, Marie-Angèle venait au monde à la maternité de Château-Thierry en 1957. Pour l'occasion, les parents de Jean-Pierre Albini avaient fait le déplacement depuis l'Alsace où ils résidaient.

Jean-Pierre Albini et son épouse ont également été connus en tant que commerçants puisqu'ils ont tenu, dès 1956, l'épicerie fine située 4 rue Carnot, concessionnaire des vins Nicolas.

Jean-Pierre Albini a même été président de l'association des commerçants et a, à ce titre, contribué à l'animation de la commune en organisant des événements. C'est en 1990 que *« notre vie de commerçants s'est arrêtée »*, racontait-il dans un livret réalisé par sa fille à l'occasion de son 90e anniversaire. ■

L.P.

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Le Parisien

Date : 14/10/2020
Heure : 07:20:25
Journaliste : Catherine Balle

www.leparisien.fr
Pays : France
Dynamisme : 137

Visualiser l'article

«Drunk» : un film sans aucun interdit sur l'alcool… sauf chez les vins Nicolas

Film mettant en scène quatre copains qui décident de boire pour améliorer leur vie, « Drunk » de Thomas Vinterberg sort dans 300 salles sans aucune restriction ni mise en garde. Ou presque.



« Drunk », avec Mads Mikkelsen, met en scène quatre profs de lycée qui décident de mettre en pratique une théorie en maintenant leur taux d'alcool à 0,5 g par litre de sang. Henrik Ohsten

Pour Franck Lecas, c'est aussi « l'absence de restriction d'accès au film qui interroge » : « Quel est alors le rôle de la Commission de classification, qui, comme le prévoit la loi Evin, doit protéger les plus jeunes ? »… En réalité, il y a un endroit où « Drunk » a été censuré : c'est chez les cavistes Nicolas. Alors qu'une campagne de spots y était prévue, l'enseigne l'a faite annuler. « On trouvait l'image et le titre du film *(NDLR : « drunk » signifie « saoul »)* très incitatifs, explique Christopher Hermelin, directeur marketing chez Nicolas. Sans être moralisateurs, on considère qu'on a un devoir moral : nos panneaux sont vus par un Francilien sur deux, y compris par des enfants. Et on ne veut pas créer de polémiques qui pourraient être préjudiciables à l'activité commerciale de nos cavistes. »

« Est-ce que mon film va faire boire les gens ? Je ne pense pas »

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

LE PROGRÈS
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 198324



Date : 16 octobre 2020
Journaliste : Prescillia BOISSEAU

VILLEURBANNE Urbanisme

Les écrans publicitaires numériques font du lèche-vitrines



L'écran publicitaire numérique de la boutique Nicolas, avenue Henri-Barbusse, diffuse de la publicité en boutique. Photo Progrès/Prescillia BOISSEAU



Je refuserais si on me proposait d'installer un écran publicitaire numérique derrière ma vitrine "

Maude, gérante du commerce Le Biocal



L'écran publicitaire numérique de la boutique Nicolas, avenue Henri-Barbusse, diffuse lui aussi des annonces pour les produits vendus à l'intérieur. Photo Progrès/Prescillia BOISSEAU

À Villeurbanne, il n'y a pas d'écran publicitaire numérique dans l'espace public, et la Ville affirme qu'ils ne sont pas les bienvenus. Les publicistes ont trouvé la parade, et on voit fleurir des écrans pub à l'intérieur des vitrines des commerces. La Métropole et la ville souhaitent pouvoir intervenir sur ces panneaux.

A Villeurbanne, les écrans publicitaires numériques ne sont pas les bienvenus dans l'espace public. Néanmoins, ils fleurissent derrière les vitrines des commerces. Avenue Henri-Barbusse, ils sont visibles par exemple derrière les vitrines de la pharmacie et du caviste Nicolas, pour des produits vendus en boutique. Même chose au Monoprix du cours Emile-Zola, avec cette fois-ci un écran diffusant toutes sortes d'annonces publicitaires, comme une assurance. C'est ce que dénonce le collectif Plein la vue, qui fait déjà la guerre depuis trois ans à la publicité sur le territoire de la Métropole de Lyon.

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

V&S news
L'essentiel de l'actualité économique des Vins & Spiritueux
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire




Date : Du 23 au 29 octobre 2020
Page de l'article : p.10
Journaliste : N.C.

Nicolas Feuillatte lance en France sa cuvée Terroir Premier Cru

NOUVEAUTÉS

Présentée à ProWein l'an dernier, la cuvée de champagne Terroir Premier Cru de Nicolas Feuillatte est désormais commercialisée en France. Pour ce lancement, la marque propose également un coffret accompagné de 4 verres à champagne. Disponible chez Nicolas, au Repaire de Bacchus au Printemps, ainsi que dans les boutiques Champagne Nicolas Feuillatte (PVC : 39 € - 56 € en coffret). ■ *N.C.*

NICOLAS DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

LA REVUE DU VIN DE FRANCE SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire





Date : Novembre 2020
Page de l'article : p.8,10

GUIDE DES CAVISTES // ÉDITION 2021

cvo-oyonnax@cavesduvaldor.com
www.cavesduvaldor.com
● **600 réf.** Toutes régions. Cave à bières. Spiritueux (300). Vente d'accessoires et dégustations.

CAVE DU VAL D'OR

16, rue Antoine-de-Saint-Exupéry, 01160 Pont-d'Ain
Tél. : 0474391476
cvo-pontd.ain@cavesduvaldor.com
● **600 réf.** Toutes régions. Cave à bières. Spiritueux (300).

CAVE CHEZ NATHALIE

21, rue du 1er-septembre, 01160 Pont-d'Ain
Tél. : 0980917448 / 0624163469
contact@ds2vin.fr
www.ds2vin.fr
● **300 réf.** Bugey, Savoie, Jura, Côtes du Rhône, Bordeaux, Bourgogne, Sud-Ouest, Champagne, Provence, Italie (Piémont). Spiritueux (whiskies, rhums, rhums arrangés, vodkas, gins…).

CAVE BERROD

ZI du Mollard, 01190 Pont-de-Vaux
Tél. : 0385364311
info@cave-berrod-01.fr
www.cave-berrod-01.fr
● **250 réf.** dont Côtes du Rhône, Mâconnais, Bourgogne, Bordeaux, Beaujolais, Alsace. Spiritueux (150).

LA CAVE LES AMIS D'ABORD

11, place Bertin, 01190 Pont-de-Vaux
Tél. : 0385208015
lesamisdabord01@orange.fr
● **100 réf.** Languedoc, Bourgogne, Vallée du Rhône, Loire. Spiritueux (25). Sélection auprès de vignerons indépendants.

LA GRANGE AUX VINS

11, rue de l'Église, 01630 Saint-Genis-Pouilly
Tél. : 0450207683
contact@lagrangeauxvins.com
www.lagrangeauxvins.com
● **170 réf.** Toutes régions dont Loire, Rhône et Languedoc-Roussillon. Vins "nature" ou biodynamiques.

LA VINOTHÈQUE DU LÉMAN WORLD WIDE WINES

CAVE

ZA de l'Allondon, 01630 Saint-Genis-Pouilly
Tél. : 0450206100
marianne@vinothequeduleman.com
www.vinothequeduleman.com
● **1200 réf.** Toutes régions. Vins étrangers (500). Whiskies (300), rhums (80).

NICOLAS

CC Val-Thoiry, route de Bellegarde, 01710 Thoiry. Tél. : 0450208416
aude.carimalo@gmail.com
www.nicolas.com
● **1300 réf.** Toutes régions. Vins étrangers. Spiritueux (300).

CAVE DU VAL D'OR

63, chemin des Vercherolles - route de Mâcon (N79), 01440 Viriat
Tél. : 0474253878
cvo-viriat@cavesduvaldor.com
www.cavesduvaldor.com
● **600 réf.** Toutes régions. Vins en vrac. Cave à bières. Spiritueux (300).

GUYOT - LA CAVE DE BOURG-EN-BRESSE

CC La Neuve, 44, rue du Plateau, 01440 Viriat. Tél. : 0474303257
bourg@guyot-vins.com
www.guyot-vins.com
● **1200 réf.** Toutes régions et vins du monde. Spiritueux (200). Animations en fin de semaine.

NICOLAS DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

LA DÉPÊCHE du Midi
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 171431




Date : 30 octobre 2020
Page de l'article : p.18

confinement

Des commerçants plutôt résignés…

L'essentiel

Avant le confinement, les clients se sont précipités dans les commerces du centre-ville. De quoi donner un sourire éphémère aux commerçants, qui redoutent ce second confinement.

Si ce n'était l'imminence du confinement, le visage du centre-ville de Tarbes était radieux, mercredi après-midi du soleil, et des températures printanières, beaucoup de monde… Alors, derrière les sourires des commerçants, l'inquiétude de ce nouveau confinement n'est pas loin. « Nous verrons », confie Audrey, chez le chausseur Manik, « ces deux jours, on a eu du monde, c'est bien et l'ambiance était plutôt cool. Maintenant, pendant quatre semaines au minimum, on va être fermés, comme au printemps. Et on espère pouvoir rouvrir début décembre. » Sans aucune certitude, malheureusement… Juste à côté, Marie-Laure, la gérante de la librairie Gribouille, constate elle aussi qu'il y a plus de monde. « Les gens sont venus faire leurs achats de Noël, beaucoup de cadeaux… Nous faisons partie des commerces « non essentiels », alors on va fermer. En espérant, comme l'a dit le président, que d'ici 15 jours, la situation se détende. On l'espère, en attendant, comme lors du premier confinement, je vais développer les livraisons à domicile et les retraits de commandes sur rendez-vous. » Alain Dulout, du magasin du même nom, comprend la décision. « Il faut qu'on en sorte de cette épidémie ! Bien sûr, on va subir de pertes de chiffre d'affaires, mais comment faire autrement. Je vais essayer, pendant ce confinement, de garder un étal sur le trottoir, où je vendrais des masques. ça peut être considéré comme un produit de première nécessité en ce moment, non ? »



Histoire de profiter des dernières heures d'ouverture, les clients sont venus en masse au centre-ville./Photo Laurent Dard.

Préparer les fêtes

Comme par ironie, un de ses voisins, le magasin Nicolas pourra rester ouvert sans restriction. « Nous sommes considérés comme un magasin d'alimentation », confie Amandine, « mais forcément, comme la plupart des commerces seront fermés, nous aurons moins de fréquentation. On fait avec, en espérant que ça ira mieux pour les fêtes… »

Les fêtes, justement, Vincent Decaudin, le directeur des Galeries Lafayette, y pense. « Un confinement, ça ne tombe jamais bien, mais là, à quelques semaines des fêtes… Alors, on va « profiter » de cette période, on a avancé l'inventaire de quelques jours, et on va décorer le magasin, pour être prêts pour Noël dès la réouverture. » En attendant, les clients se sont précipités et ont anticipé certains achats de Noël. « Oui, la parfumerie a été dévalisée. »

Mais il n'en reste pas moins que pour le commerce de centre-ville, ce nouveau confinement sera encore plus difficile à surmonter. « Ce sont des mois importants pour nous », confie la gérante d'un magasin d'habillement, « mais on garde le moral malgré tout. Si ça ne dure pas trop longtemps… » Un vœu partagé par tout le monde.

Christian Vignes

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Capital

Pays : FR
Périodicité : Mensuel
OJD : 203141





Date : Novembre 2020
Page de l'article : p.73

Eric Kayser Depuis 1996, cette enseigne créée par un boulanger alsacien a connu une impressionnante expansion en France (plus de 40 boutiques), mais aussi à l'international. Elle est réputée pour ses pains variés au levain naturel.

Boulangeries		
1.	Eric Kayser	7,79
2.	Maison Chevallier	7,69
3.	Marie Blachère	7,69

Cavistes		
1.	Comptoir des vignes	8,08
2.	V and B	7,88
3.	Nicolas	7,84

Chocolatiers		
1.	Chocolaterie de Puyricard	8,28
2.	Leonidas	8,07
3.	Jeff de Bruges	8,04

Drives (courses en ligne à récupérer)		
1.	E.Leclerc Drive	7,89
2.	Auchan Drive	7,86
3.	U Drive	7,78

Epiceries fines		
1.	Fauchon	7,95
2.	Le Comptoir de Mathilde	7,93

Fauchon Coup dur pour la célèbre épicerie fine de luxe. Très touchée par les récents mouvements sociaux et par la crise sanitaire, la marque a annoncé en septembre (donc après notre sondage) la fermeture de ses deux grands magasins historiques, situés place de la Madeleine, à Paris. A l'avenir, elle table sur le développement de boutiques plus petites, gérées par des franchisés.

Glaciers et desserts glacés		
1.	Louise	7,92
2.	La Fraiseraie	7,90
3.	Häagen-Dazs	7,86

Hypermarchés		
1.	E.Leclerc	7,26
2.	Auchan	7,14

Livraison à domicile		
1.	Courses U	7,40
2.	Intermarché	7,40



Les champions de L'ALIMENTAIRE

Les Français sont plus que jamais attirés par les prix bas. Mais en même temps, ils sont sensibles aux promesses du bio. Et n'ont pas renoncé aux marques haut de gamme pour se faire plaisir.

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Date : 30/10/2020
Heure : 07:55:50
Durée : 00:03:16
Présentateur : Nicolas BILL, François PELLERAY, Magali FICHTER

France Bleu Lorraine Nord
Emission : France Bleu Lorraine matin

Date : 31/10/2020
Heure : 12:29:49
Durée : 00:26:45
Présentateur : Alain MARTY

Sud Radio
Emission : In vino

Résumé :
L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

NOVEMBRE 2020



Omnicom Public Relations Group



PRODUITS

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Alors certes, pour déguster ces bonnes cuvées du millésime 2020 (palmarès à retrouver ici), cela ne va pas être aussi festive qu'on aurait pu l'espérer en raison des dispositions prises pour lutter contre la propagation du virus COVID-19.

Mais comme l'a souligné récemment Dominique Piron, Président d'Inter Beaujolais, l'Interprofession des vins du Beaujolais, *« L'interprofession des vins du Beaujolais a imaginé des solutions alternatives en lien avec l'actualité que nous vivons. Des outils de communication collectifs ont été mis en place pour la campagne des Beaujolais Nouveaux, mais aussi des outils plus individuels (affiches, vidéos, visuels pour les réseaux sociaux, bannières de sites et signatures emails… le vigneron peut personnaliser chaque outil). Les maisons et domaines du Beaujolais, les Bistrots Beaujolais et tous les ambassadeurs du vignoble invitent les amateurs à consulter le site web Rendez-Vous Beaujolais pour être au courant des rendez-vous dédiés aux Beaujolais Nouveaux. Ils découvriront sur la plateforme différentes occasions de découvrir et déguster le nouveau millésime : drive, ventes à emporter, paniers sur-mesure… Ici et là, les ambassadeurs mettent en place des initiatives pour célébrer les Beaujolais Nouveaux 2020 ».*

Comme par exemple les magasins Nicolas qui, comme chaque année depuis 1966 chez Nicolas e 3 ème jeudi de novembre célèbrent aujourd'hui la sortie du Beaujolais Nouveau. Cette année ce sera avec une cuvée bénéficiant de la mention Haute Valeur Environnementale (HVE) proposée à 5,25 euros la bouteille. Pour rappel cette mention garantit que les pratiques agricoles utilisées sur l'ensemble d'une exploitation préservent l'écosystème naturel et réduisent au minimum la pression sur l'environnement (sol, eau, air, paysage).

L'enseigne rappelle que ses caves restent ouvertes pendant le confinement et mettent à disposition de leurs clients différents modes d'achats afin de les accueillir en toute sécurité. Un drive Piéton a été mis en place pour éviter les files d'attente en magasin. La livraison à domicile est également encouragée (express sous 24h ou standard sous 72h).
Chez Lavinia c'est le Beaujolais Nouveau du Domaine Philippe Viet – Bojo Le Clown 2020 qui est mis à l'honneur, avec un prix de vente de 8,50 euros.

Enfin dernier exemple, chez Vineopostale.com on propose carrément un coffret Ambassadeur Beaujolais avec la mise en avant du Domaine des Marrans. Le coffret accueille ainsi deux flacons de Beaujolais Nouveau Rouge 2020, un flacon de Beaujolais Blanc « Chardonnay », un de Chiroubles « Aux Cotes » et un de Fleurie Pour « Terroir Champagne » avec un verre Polymaster Inc. Royal Glass afin de pouvoir les déguster comme il se doit. Prix du coffret 100 euros.

Tous droits réservés à l'éditeur

LE FIGARO magazine
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 388700





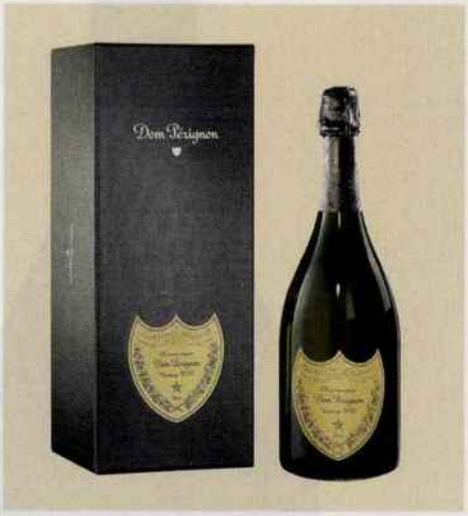
Date : Du 20 au 21 novembre 2020
Page de l'article : p.148,150,152,1
Journaliste : Valérie Faust

Spécial Champagne

Notre sélection DES COFFRETS À DÉGUSTER

Cette année, les maisons de champagne conjuguent créativité et développement durable.

Par Valérie Faust





LAURENT-PERRIER un hommage au Grand Siècle
La cuvée Grand Siècle se glisse dans un écrin en métal argenté qui s'ouvre à l'aide d'un fermoir sur le côté. Elle rend hommage à l'apogée de l'art de vivre à la française au cours du Grand Siècle du Roi-Soleil. L'élégante parure se réutilisera avec toute autre bouteille de Grand Siècle pour en sublimer le service.
Prix : 160 € *(Publicis Drugstore Paris)*

LOUIS ROEDERER le captivant
Envoûtant, enjôleur, soyeux, Cristal Vinothèque Brut 1999 vient tout juste d'être mis en marché. Racé, marqué par les parfums d'épices d'Orient et la craie rayonnante, il s'invite dans un coffret brun rehaussé d'or, à l'image de l'étiquette, de la coiffe et de la collerette apposées sur le flacon transparent.
Prix : 1 000 €
(La Grande Épicerie de Paris)

BOLLINGER une petite merveille
Le couvercle blanc du coffret en bois coulisse et La Grande Année 2012 apparaît dans son élégant contenant, prête à passer à table en compagnie de mets sophistiqués. Généreuse, intense, cette petite merveille qui a été bichonnée à souhait pourra également se conserver longtemps en cave.
Prix : 140 € *(cavistes)*

DOM PÉRIGNON personnalisable
Avis aux collectionneurs et amateurs de vins d'exception ! Jusqu'au 11 janvier 2021, sur le coffret noir chiquissime de Dom Pérignon Vintage 2010, vous aurez le loisir de faire graver des initiales (jusqu'à trois lettres) sur le blason en métal doré reconnaissable entre tous.
Prix : 169 € *(corner Dom Pérignon à La Grande Épicerie de Paris Rive Gauche)*

BARONS DE ROTHSCHILD classieux
Enveloppée dans un papier de soie gris clair minutieusement plié comme un cadeau princier, apprêtée, la superbe cuvée The Rothschild Rare Vintage 2010 se loge dans un luxueux coffret en bois gris souris. Il s'ouvre à l'aide d'un bouton pressoir, à la façon des écrins des bijoutiers. À l'intérieur, un petit fascicule décrit la cuvée en plusieurs langues.
Prix : 230 € *(Champagne-bdr.com)*

TAITTINGER de la noblesse
L'écrin blanc et or évoque la pureté de la superbe cuvée Comtes de Champagne Grands Crus Blanc de Blancs 2008 tout en la protégeant de la lumière. Toujours millésimé, issu des cinq Grands crus de la Côte des Blancs, ce très beau vin escortera les mets les plus raffinés.
Prix : 162 € *(cavistes)*

DEUTZ que d'Amour !
L'écrin Complicité Amour de Deutz abrite Amour de Deutz 2010 et 2 flûtes Amour en cristallin dont le pied sculpté représente la statue ornant la cour d'honneur de la maison. Encore jeune, le champagne qui illustre la quintessence des plus beaux chardonnays, peut encore grandir.
Prix : 210 € *(cavistes, épiceries fines)*

VEUVE CLICQUOT PONSARDIN se fait une fleur
Peintre, sculptrice, auteur, cinéaste… L'artiste japonaise Yayoi Kusama a sublimé le coffret de La Grande Dame 2012. Les pois de différentes tailles et couleurs symbolisent les bulles, la fleur imposante et colorée interprète les arômes floraux du champagne, le jaune Clicquot rappelle les couleurs de la maison.
Prix : 190 € *(cavistes)*

SDP

Tous droits réservés à l'éditeur

LE FIGARO magazine
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 388700

Date : Du 20 au 21 novembre 2020
Page de l'article : p.148,150,152,1
Journaliste : Valérie Faust





POL ROGER
Tess Costil, étudiante à Auckland (Nouvelle-Zélande), a remporté la Winston Churchill Design Competition 2019 et, avec ce concours, le droit d'illustrer l'étui de fin d'année de Pol Roger qui recueille le savoureux Brut Réserve. Une création évoquant la célèbre toile, *The Goldfish Pool at Chartwell,* de l'homme d'État britannique qui avait souvent exposé de son vivant.
Prix : 39 € *(cavistes)*

MOËT & CHANDON Impérial
Il ou elle s'appelle Daniel, Laura, Noémie… C'est le moment de marquer le coup avec un coffret en aluminium imprimé de son prénom. En doré pour la cuvée emblématique de la maison Moët Impérial ou en rose avec Moët Impérial Rosé, plus spontané.
Prix : 42,50 € le blanc et 54,90 € le rosé *(La Grande Épicerie de Paris, et sur Lagrandeepicerie.com)*

G.H. MUMM
Le nouvel étui cadeau rouge et or interprète fort bien Cordon Rouge, sa robe dorée et le fameux ruban rouge qui creuse un sillon dans le verre du flacon. Depuis 1876, la cuvée emblématique prône le pinot noir, signature de la maison.
Il domine l'assemblage, un style que va désormais perpétuer le nouveau chef de cave, Laurent Fresnet.
Prix : 26 €
(grande et moyenne distribution)

HENRIOT lumineux
L'étui Lumière s'inspire du mouvement délicat provoqué par l'effervescence du Brut Souverain. Chacune des bulles qui apparaissent sur le coffret a été traitée différemment : embossée, gaufrée, mate, brillante. Idéal à l'apéritif, le champagne pourvu de notes briochées et fruitées, se veut le porte-drapeau de l'élégance de la maison.
Prix : 52 € *(cavistes)*

PHILIPPONNAT royal
En bois et carton rigide noir, aimanté, l'écrin s'ouvre sur deux bouteilles de la cuvée Royale Réserve Brut, ample, vineuse, fruitée rouge (groseille, framboise), ainsi nommée en hommage aux ancêtres de la famille Philipponnat. Cette dernière en effet, fournissait Louis XIV, les magistrats et les maires royaux d'Aÿ.
Prix : 97 € *(Lavinia)*

CHARLES HEIDSIECK glamour
Habillé de noir et d'or, le flacon de Charles Heidsieck Brut 2012 expose ses coloris dans un coffret assorti. Le noir extérieur souligne avec distinction l'intérieur tapissé d'or et le petit livret doré qui définit les qualités du champagne. Séduisant dès aujourd'hui, il est également taillé pour la garde (10 ans).
Prix : 89 € *(épiceries fines)*

GOSSET en noir et or
Pensée par Albert Gosset avec le millésime 1988, la prestigieuse cuvée Celebris est l'expression la plus aboutie du style Gosset. Pour honorer le millésime 2007 extra-brut, la maison lui a offert une superbe boîte effet cuir noir somptueusement marquée du logo Celebris en dorure à chaud. Elle s'ouvre grâce à un petit ruban de satin noir.
Prix : 140 € *(cavistes)*

NICOLAS FEUILLATTE convivial
Façonné afin de s'allier à toutes sortes de mets, des plus simples aux plus sophistiqués, Terroir Premier Cru est, de fait, un champagne de partage et de convivialité. D'ailleurs, il est accompagné par 4 verres installés dans une cassette dont le couvercle se soulève par le haut.
Prix : 59 € *(254, rue du Faubourg-Saint-Honoré, Paris 8e)*

CATTIER tout blanc
Lignes sobres et épurées pour le coffret en bois laqué blanc de Cattier qui héberge le Blanc de Blancs Premier Cru en magnum. Le champagne a patienté au moins quatre ans en cave avant d'en sortir, bien déterminé à affronter les apéros des réveillons, plateaux de fruits de mer, poissons nobles sauce crémée…
Prix : 110 € le magnum *(Boutique.cattier.com)*

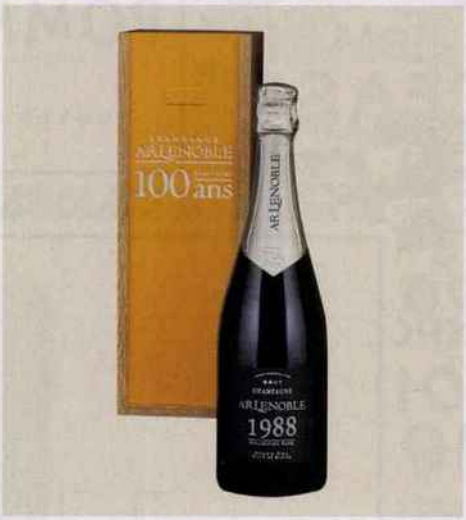
SDP

Tous droits réservés à l'éditeur

LE FIGARO magazine
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 388700

Date : Du 20 au 21 novembre 2020
Page de l'article : p.148,150,152,1
Journaliste : Valérie Faust





CASTELNAU trois en un
Encadré par 2 flûtes gravées de l'éclat, symbole de la maison, le Blanc de Blancs 2006 aux notes florales et d'agrumes trône fièrement au centre du coffret noir et blanc. Le champagne s'associera avec des amuse-bouches à base de crabe ou encore un tartare de saint-jacques.
Prix : 61,50 €
(Boutique.champagne-castelnau.fr)

POMMERY souvenir d'Afrique
Après l'Inde, l'Australie, l'Amérique du Sud et le Japon, Pommery enrichit sa World Collection avec un étui haut en couleur. Nommé Wax, il s'inspire des motifs bigarrés qui se dessinent sur les pagnes africains et recueille le Brut Royal, la cuvée emblématique de la maison, composée de 40 crus.
Prix : 29,90 € *(grande distribution)*

BRIMONCOURT
dans les grandes largeurs
La transparence de l'écrin Lévitation by Brimoncourt veut mettre en exergue la luminosité, la brillance et la pureté de sa cuvée signature, le Brut Régence. Conçu sur mesure pour recevoir un jéroboam, le réceptacle géant, muni d'une poignée en cuir, a été conçu et assemblé à la main en France.
Prix : 280 € *(info@brimoncourt.com)*

BOIZEL un petit bijou
La maison a donné carte blanche à Sylvia Toledano, créatrice parisienne de bijoux sertis de quartz noir, turquoise, cornaline, malachite, lapis-lazuli… Des pierres semi-précieuses qu'elle a disposées sur la collerette et l'étiquette rose du flacon Boizel Rosé ainsi que sur l'élégant étui coloré et doré.
Prix : 48 € *(03.26.55.21.51)*

THIÉNOT partenariat artistique
L'amitié qui s'est soudée entre Garance Thiénot et l'artiste de peinture urbaine Speedy Graphito les a menés à une collaboration durable. Speedy signe ainsi un troisième opus pour la maison. Un magnum de Thiénot Brut galbé par une pochette sur laquelle se dessine une nature victorieuse et vivante, chère au cœur de son auteur.
Prix : 100 € le magnum *(cavistes)*

PIERRE MIGNON cœurs à prendre
Cœur d'Or millésime 2009, généreux et complexe, se coule dans un flacon métallisé étincelant. Il résulte du procédé « sublimation rouge » qui enveloppe la cuvée dans plusieurs couches faisant resplendir la bouteille. Elle s'accompagne d'un cœur Swarovski incrusté de strass. Le tout niché dans un coffret noir imprimé de lettres rouges et or.
Prix : 78 €
(Eshop.boutiquepierremignon.com)

JEEPER en relief
Pour son Brut Grand Cru issu de chardonnay à 98 % et de pinot noir (2 %), floral et fruité, Jeeper a choisi un superbe coffret noir en *soft touch* avec inscription or à chaud de la marque. Sur une bonne partie de l'écrin, l'initiale J en relief se répète à l'infini.
Prix : 125 € *(cavistes)*

AR LENOBLE 100 ans déjà
Anne et Antoine Malassagne ont ouvert la cave personnelle du domaine familial et indépendant depuis quatre générations, afin d'en extraire de précieux flacons anciens pour les mettre en marché à l'occasion du centenaire d'AR Lenoble en 2020. Son Édition Collector de 4 millésimes contient les 1982, 1986, 1988 et 1998, chacun en coffret numéroté du centenaire.
Prix : 1 600 € *(03.26.58.65.57)*

LANSON à table !
La lettre L comme Lanson s'écrit en majuscule dorée sur le coffret noir qui héberge Black Réserve. Cette nouvelle cuvée qui combine fraîcheur, maturité et vitalité a été imaginée par le chef de cave Hervé Dantan à son arrivée en 2013 afin d'inscrire ce vin dans l'univers de la gastronomie.
Prix : 39 € *(cavistes)*

SDP

Tous droits réservés à l'éditeur

LE FIGARO magazine
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 388700

Date : Du 20 au 21 novembre 2020
Page de l'article : p.148,150,152,1
Journaliste : Valérie Faust



CANARD-DUCHÊNE en trio
Composé de la cuvée Léonie ainsi que de 2 flûtes portant le nom de la maison, le coffret de Canard-Duchêne arbore un design épuré, dans les tons or et blanc. Il tient à rendre hommage à Léonie, la fondatrice de la maison en 1868.
Prix : 36 € *(Canard-duchene.fr)*

BESSERAT DE BELLEFON cocorico !
La cuvée Blanc de Blancs se veut la signature haute couture de la maison. Elle se blottit dans un coffret sur le couvercle duquel sa silhouette se dessine, comme une ombre. L'intérieur porte les couleurs bleu, blanc, rouge et, sur le côté de la boîte, le slogan « Liberté, élégance et simplicité » définit la façon de consommer le champagne Besserat de Bellefon.
Prix : 55 € *(Nicolas)*



LE BRUN DE NEUVILLE
Gravés du nom de la maison, deux verres élancés signés Italesse, d'une contenance de 30 cl, escortent le champagne Côte Blanche Blanc de Blancs. Ce délicieux brut sans année qui provient de chardonnay exclusivement, met fort avantageusement en avant le principal cépage du vignoble de la coopérative.
Prix : 45 € *(03.26.80.48.43)*

RUINART écoconçu
Emmitouflé dans un manteau blanc réalisé en pâte à papier rigide, intitulé « Seconde Peau » car il gaine les courbes du flacon R de Ruinart 2011, l'étui écoconçu 100 % recyclable a nécessité 7 prototypes avant sa mise au point. La coque en fibres de cellulose (pâte à papier) protège de la lumière, est adaptée au réfrigérateur et au seau à glace.
Prix : 73 € *(La Grande Épicerie de Paris)*

BILLECART-SALMON en boîte écolo
Trois cuvées de la maison se calfeutrent dans un coffret écolo nommé Exc3ptions. L'iconique Brut Rosé, le Blanc de Blancs Grand Cru et le Brut Sous Bois vinifié en fût de chêne se rangent dans cette boîte 100 % carton recyclé certifié FSC, conçue avec des colorants pigmentaires composés à 80 % d'eau, et une colle sans solvant.
Prix : 230 € *(Champagne-billecart.fr)*

PERRIER-JOUËT recyclable et française
Issue de deux années de recherche et développement, l'élégante Eco Box entièrement recyclable accueille la cuvée Blanc de Blancs, florale, fruitée et minérale. Les anémones chères à la maison se dessinent en relief sur l'écrin blanc mat 100 % français, réalisé grâce à des techniques de gaufrage avancées afin de minimiser la consommation d'encre.
Prix : 64 € *(cavistes)*

DRAPPIER 100 % recyclable
Façonné sans colle, ni agrafe, ni aimant, totalement recyclable, le coffret Sortie entre amis a été imaginé par la jolie Charline Drappier (8e génération). Il renferme des accessoires et objets fabriqués en France tels qu'un sac en coton bio, un Opinel, deux serviettes en lin lavé naturel et, la dernière cuvée (bio) en date de la maison, Clarevallis.
Prix : 139 € *(03.25.27.40.15)*

JOSEPH PERRIER responsable
Créé en édition limitée, certifié FSC, issu de sources responsables, l'étui montre un jeu subtil et ludique des lettres qui composent le nom de Joseph Perrier, certaines en doré. L'écrin offre l'hospitalité à la cuvée Royale Brut qui a fait connaître la maison en 1825. La distinction « Royale » fut attribuée aux cuvées par la reine Victoria et le roi Édouard VII.
Prix : 36 € *(cavistes)*

PALMER & Co coup double
Deux spécialités, 2 signatures, 2 cuvées donc se côtoient dans l'élégant coffret noir en carton recyclé de Palmer & Co. Le Blanc de Blancs pur, frais, élégant, ainsi que le Blanc de Noirs agrémenté d'une solera de pinots noirs, plus charpenté.
Prix : 99 €
(Boutique.champagnepalmer.fr)

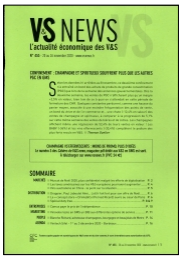
Valérie Faust

SDP

Tous droits réservés à l'éditeur

V&S news
L'essentiel de l'actualité économique des Vins & Spiritueux

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





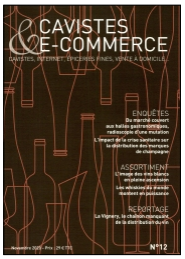
Date : Du 20 au 26 novembre 2020
Page de l'article : p.6
Journaliste : T.G.

Barton & Guestier entre chez Nicolas

FRANCE

Le catalogue de Noël de Nicolas consacre deux pleines pages en tout début de ce magazine de 164 pages, à l'arrivée dans ses magasins « *d'une sélection exclusive parmi leurs meilleures bouteilles, spécialement réservée à Nicolas* » de la plus vieille maison de négoce de Bordeaux, aujourd'hui, comme Nicolas, également filiale du groupe Castel. ■ ***T.G.***

Tous droits réservés à l'éditeur





DOSSIER

LE MONDE DU WHISKY NE CONNAÎT PLUS DE FRONTIÈRES

Après le Japon et la France, de nouveaux pays trouvent peu à peu leur place sur la mappemonde du whisky. Même si elle est encore timide, leur arrivée sur le marché français dynamise la catégorie des whiskies du monde et contribue à son développement.

Depuis une quinzaine d'années, de nombreux pays, partout dans le monde, se sont lancés dans la production de whisky. « *Amrut (Inde) et Kavalan (Taïwan) ont été de véritables précurseurs et ils ont conservé ce statut*, explique Thierry Bénitah, le Pdg de La Maison du Whisky, leur distributeur sur le marché français. *Mais la plupart des nouveaux pays producteurs ont un peu le même problème que la France : ils produisent peu de volume et de ce fait ont du mal à s'exporter.* » Toutefois, le nombre de distilleries disponibles sur le marché français ne cesse de se développer. « *Pour un caviste, référencer les whiskies de ces nouveaux pays producteurs permet de faire découvrir de nouveaux horizons et répondre à l'attente de nouveautés des consommateurs* », note Alexandre Kubiak, le propriétaire des Grands Alambics. Un point de vue partagé par Charlie Wilson, directeur des achats de Nysa : « *C'est une catégorie qui bouge beaucoup mais qui est encore embryonnaire. Cela dit, c'est important de montrer que cela existe.* » D'autant plus que ces whiskies ne sont quasiment pas présents en GMS.



L'ASIE, CHEF DE FILE DES WHISKIES DU MONDE

Le succès des whiskies japonais semble inspirer d'autres pays asiatiques, à commencer par Taïwan. Après Kavalan, qui a commercialisé son premier whisky en 2008 et collectionne les médailles, Yushan a fait une arrivée remarquée sur le marché français. « *Yushan est une marque importante pour nous : nous vendons un peu plus de 80000 cols/an*, annonce Audrey Dassié, directrice marketing & communication de Whiskies du Monde. *La gamme compte trois single malts complémentaires : une version classique, une version vieillie en fûts de sherry et, depuis septembre, une version tourbée, Yushan Signature Smoky (70 cl, 46°, PVC : 68 €). Par ailleurs, sur les douze derniers mois, nous avons vendu environ 40000 cols de Paul John en France, ce qui est une très belle performance au sein de la catégorie relativement récente des whiskies indiens.* » Paul John a d'ailleurs enrichi sa gamme avec une édition limitée baptisée Christmas (70 cl, 46°, PVC : 67 €) et un embouteillage commercialisé en exclusivité chez Nicolas : Paul John Pondicherry (70 cl, 43°, PVC : 44,80 €).









Tous droits réservés à l'éditeur

« Nous venons aussi de prendre la distribution de Hwayo X.Premium (50 cl, 41°, PVC : 50 €) pour répondre aux attentes des amateurs de whiskies exotiques. Il s'agit d'une distillerie de whisky sud-coréenne qui élabore un single grain produit exclusivement à partir de riz. Seules 2500 bouteilles seront disponibles en 2020. »



UNE CATÉGORIE EXTRÊMEMENT DYNAMIQUE

Si l'Asie est une véritable locomotive pour les whiskies du monde, d'autres pays sont en passe de s'imposer sur la planète malt. « *L'Australie et la Suède sont des pays qui ont une vraie culture whisky*, souligne Thierry Bénitah (La Maison du Whisky) qui distribue les whiskies australiens Starward, Hellyers Road et Sullivans Cove, et le malt suédois Mackmyra. *Chez les cavistes, ce sont des expressions qui marchent bien et qui séduisent une clientèle d'amateurs.* »



L'Angleterre, qui n'avait plus distillé pendant plus d'un siècle, fait aussi un retour remarqué sur la mappemonde des jeunes pays producteurs. « *La distillerie Saint George installée à Norfolk, qui produit les whiskies The English Whisky Co, a été la première à se lancer il y a près de quinze ans*, raconte François Sommer, en charge de sa distribution. *Elle a été fondée par une famille productrice d'orge très impliquée dans l'agriculture durable. N'étant pas soumises aux règles de la SWA, les distilleries anglaises ont une liberté totale d'action. En plus de la gamme permanente qui comprend The Original (70 cl, 43°, PVC : 59 €) et Smokey (70 cl, 43°, PVC : 59 €), The English Whisky Co lance d'ailleurs des éditions saisonnières originales.* » De quoi séduire les cavistes à l'instar de Cotswolds et Bimber distribués par La Maison du Whisky. « *Les Anglais tirent leur épingle du jeu*, constate également Thierry Bénitah. *Pour ces deux distilleries, la France est d'ailleurs le second marché après le Royaume-Uni. Elles connaissent le même engouement que la distillerie galloise Penderyn à ses débuts.* »





Au regard de l'attrait de ces jeunes distilleries et du nombre de projets qui voient le jour aux quatre coins de la planète, l'avenir des whiskies du monde semble placé sous les meilleurs auspices. ■

L'INTÉRÊT DES EMBOUTEILLEURS INDÉPENDANTS

Preuve supplémentaire que les whiskies de jeunes pays producteurs ont du potentiel : ils trouvent désormais leur place dans les collections d'embouteillages indépendants comme celles de l'Écossais That Boutique-y Whisky Company, Private Bottling de Dugas, ou encore de La Maison du Whisky qui, pour fêter le 10e anniversaire de sa gamme Artist, a lancé une série baptisée Artist International. Comme son nom l'indique, cette dernière met exclusivement à l'honneur des distilleries qui, en moins de vingt ans, sont devenues des références dans leur pays, que ce soit au Japon et en France mais aussi en Inde, en Australie ou au Pays de Galles. Au programme : Kornog Over 10 (70 cl, 59,5°, PVC : 159 €), Penderyn 10 ans (70 cl, 60°, PVC : 239 €), Amrut 10 ans (70 cl, 61,8°, PVC : 295 €), Kavalan 10 ans (70 cl, 57,8°, PVC : 349 €), Sullivans Cove Over 10 (70 cl, 66,7°, PVC : 450 €) et Chichibu 10 ans (70 cl, 56,5°, PVC : 590 €).



Tous droits réservés à l'éditeur

60 millions de consommateurs
Pays : FR
Périodicité : Mensuel





Date : Decembre 2020
Page de l'article : p.15-20
Journaliste : MARYSE SARGIS AVEC ANTOINE HAENTJENS ET THOMAS PEYDRO

Tables de fêtes

À LA UNE À vos choix !

DES BULLES QUI DÉTONNENT

Ayez de l'audace, n'hésitez plus à servir du crémant à l'apéritif pour les fêtes. Certains ressortent de notre dégustation à l'aveugle de trente champagnes bruts classiques, 1ers crus et crémants. À consommer avec modération…

PAS SI MIRACULEUSE, LA PÊCHE !

La truite fumée s'est faite une place à côté du saumon fumé. Comme lui, elle présente des intérêts pour son apport en oméga 3, mais elle reste souvent trop salée. Et le fumage pose problème pour certains produits.



ARNAQUES : DÉJOUER LES PIÈGES

Faites-vous plaisir sans craindre de vous faire avoir. Foie gras, huîtres, noix de Saint-Jacques, bûches… nous avons demandé à des spécialistes, chacun dans son domaine, de donner quelques conseils aiguisés qui vous serviront pour repérer l'authenticité.

Tous droits réservés à l'éditeur

DES BULLES QUI DÉTONNENT

CENTRE D'ESSAIS **30** *champagnes et crémants dégustés*

Champagne ou crémant ? Pour trouver le meilleur rapport qualité-prix, nos experts ont dégusté à l'aveugle des champagnes bruts classiques, premiers crus et un grand cru ainsi que des crémants de Bourgogne. Avec quelques surprises à l'arrivée…

Peut-on choisir un autre effervescent que le champagne pour l'apéritif sans passer pour un radin ? C'est ce que nous avons cherché à savoir avec cette dégustation opposant de traditionnels champagnes à des crémants. Pour éviter tout préjugé, nos experts du vin savaient qu'ils analysaient des bulles françaises mais ne disposaient d'aucune autre information. Comme à l'accoutumée lors de nos comparatifs, les verres ont été apportés à chacun selon un ordre aléatoire. Ces conditions ont fait que certains crémants ont été confondus avec des champagnes et ont été mieux notés.



10 champagnes de cru

Bernard Brémont • Grand cru • Reflets de France (MDD de Carrefour) • **18,70 €**

15,5/20

• **Raffiné.** Robe jaune paille. Nez intense, floral et beurré ; bouche équilibrée, classique (bulles fines, fraîcheur, fruit, notes briochées), belle longueur.
• **Pour accompagner** le repas.

Barbier-Louvet(1) • 1er cru • **18 €**

14,5/20

• **Généreux.** Robe or gris. Nez complexe (pomme cuite, vanille, pain d'épices, brioche, agrumes) ; bouche tendue, de l'ampleur, flaveurs homogènes avec le nez, finale épicée.
• **Pour accompagner** un ris de veau.

Vranken • 1er cru • **21 €**

12,5/20

• **Exubérant.** Robe or jaune. Nez déplaisant gâché par le soufre (caoutchouc) ; bouche à l'attaque vineuse, lourde, notes pâtissières, fruits blancs, rhubarbe.
• **Pour accompagner** le repas.

Canard-Duchêne • 1er cru • **27 €**

12,5/20

• **Prix fort.** Robe or gris. Nez intense et fruité, vanille ; bouche fraîche et fruitée (mirabelle), assez longue (pomelo).
• **Pour accompagner** le repas (saumon mariné à l'aneth).

MDD : Marques de distributeurs. Lieux d'achat indicatifs : (1) Carrefour, (2) Monoprix et Cora.

Tous droits réservés à l'éditeur

Cet effervescent coûte deux à trois fois moins cher avec un procédé d'élaboration quasiment identique. La méthode appliquée ici, dite traditionnelle, reproduit "la champenoise". Elle compte deux fermentations : une première fermentation alcoolique en cuve pour transformer le jus de raisin en vin de base, puis une seconde en bouteille – provoquée par l'ajout d'une liqueur de tirage (mélange de sucre, levures et vieux vin) – qui amène une prise de mousse naturelle. L'ensemble mûrit dans la bouteille avec les lies, au minimum douze mois pour les crémants et quinze mois pour les champagnes avant l'opération de dégorgement, qui consiste à retirer le dépôt de levures mortes. La finesse de la bulle dépend de cette lente maturation, l'élevage.

À BASE DE CHARDONNAY ET DE PINOT NOIR

L'offre de crémants basiques est florissante après deux récoltes records en 2018 et 2019 avec 110 millions de bouteilles vendues – le tiers du total des champagnes (297 millions de cols en 2019). Parmi les huit variations françaises de crémant (Alsace, Bordeaux, Bourgogne, Die, Jura, Limoux, Loire, Savoie), nous avons opté pour la version bourguignonne.
Elle s'est imposée pour la cohérence organoleptique de notre dégustation. *« Si les Bourguignons sont allés chercher la méthode de leur crémant en Champagne, il ne faut pas oublier que les Champenois sont allés chercher les cépages en Bourgogne… »*, plaisante François Piffaut, responsable de la communication du producteur bourguignon Veuve Ambal, entreprise familiale fondée en 1898 par Marie Ambal.
Les deux effervescents incluent souvent en effet deux cépages iden- ●●●

Comment nous avons procédé

NOTRE DÉGUSTATION À L'AVEUGLE

Nos échantillons ont été achetés dans le commerce. Les catégories ont été mélangées et présentées, anonymement. Chaque juré a effectué sa dégustation dans un ordre différent afin de gommer l'effet induit par l'ordre de passage. La note résulte d'une moyenne pondérée (selon que l'échantillon a été le plus – ou le moins – apprécié par les jurés).

Jury de professionnels du vin :
- **Yves Brunce,** dégustateur blogueur
- **Luc Dabadie,** courtier juré-expert piqueur
- **Jean-Michel Deluc,** maître-sommelier
- **Felicity Demont,** consultante
- **Christophe Guitard,** sommelier-consultant
- **Michèle Héline,** formatrice
- **Fabrice Hoerter,** courtier juré-expert piqueur
- **Françoise Lacoste,** amatrice passionnée
- **Alain Malclès,** consultant
- **Michèle Piron,** technicienne en œnologie
- **Bénédicte Plaïge,** conseillère technique
- **Aurélie Soulat,** technicienne en œnologie
- **Rémi J. Vasseur,** sommelier-consultant
- **Frédéric Vigroux,** formateur-consultant



Veuve Émille • 1er cru • Auchan (MDD) • **19 €**
13/20
• **Gastronomique.** Robe or vert. Nez intense, arômes pâtissiers (pomme, vanille, cannelle, beurre, noix) ; bouche ample, fruitée, fraîche et saline, longueur.
• **Pour accompagner** le repas (turbot aux asperges).



Pol Carson • 1er cru • E. Leclerc (MDD) • **19 €**
13/20
• **Nerveux.** Robe or gris. Nez frais et expressif (menthe, citronnelle, agrumes frais) ; bouche vive, fraîcheur et fruit (pomme verte, finale agrumes, citron).
• **Pour accompagner** l'apéritif.



Gérard Bauchet • 1er cru • **21,90 €**
12,5/20
• **Facile.** Robe or vert. Nez intense, avec un côté vert (pomme verte, végétal, levure) ; bouche suave, un dosage marqué pour masquer un certain manque de matière et de longueur.
• **Pour accompagner** l'apéritif.



JM Gobillard & fils(2) • 1er cru • **21,70 €**
10,5/20
• **Sans envergure.** Robe or vert. Nez expressif, floral (jasmin, acacia) et végétal (mélisse) ; bouche fraîche aux flaveurs minérales et florales, finale mentholée.
• **Pour accompagner** l'apéritif.



Monopole Heidsieck & C° • 1er cru • **20 €**
9,5/20
• **Décevant.** Robe or vert. Nez discret, arômes d'acacia, de litchis, de menthe ; bouche marquée par le sucre, et l'amertume, sans soutien aromatique, et assez courte.



Chanoine • 1er cru • **24 €**
6,5/20
• Problème de défaut oxydatif sur les deux échantillons.

ISTOCK- PHOTOS PRODUITS : FABRICE POINCELET/«60»

Tous droits réservés à l'éditeur



10 champagnes blancs bruts



Charles de Courance • Carrefour (MDD) • **14,50 €**

15/20

• **Valeur sûre.** Robe or jaune. Nez velouté, brioché et floral ; bouche ronde et tonique, zestée en finale, tout en équilibre et en convivialité.
• **Pour accompagner** l'apéritif et tout un repas de fête.



Comte de Lavigny • Casino (MDD) • **19,10 €**

13,5/20

• **Vivifiant.** Robe or gris, reflets argent. Nez intense et complexe (pêche, levure, noisette, beurre, citron, menthol) ; bouche tendue, pomme verte, bulle crémeuse, longueur.
• **Pour accompagner** l'apéritif.



Fauchon • **20,70 €**

13,5/20

• **Mûr.** Robe jaune paille. Nez intense, pâtissier (beurre, pain grillé) et évolué (champignon séché, pomme blette) ; bouche vive (pomme acidulée, agrumes), structure et longueur.
• **Pour accompagner** le repas (poularde rôtie).



Louis Danremont • Système U (MDD) • **15,70 €**

12/20

• **Discret.** Robe jaune paille. Nez fin (tilleul, pêche blanche, litchi) ; bouche à l'attaque vive, fruitée, finale sur l'amertume un peu trop marquée pour certains.
• **Pour accompagner** l'apéritif (sushis).



Guyot Choppin • **18,90 €**

12/20

• **Pesant.** Robe or jaune. Nez vineux (beurre, miel, amande, coing, pruneau), note minérale ; attaque ronde, bouche fruitée, mais sans densité et avec une amertume qui accroche.
• **Pour accompagner** le repas.



Veuve Émille • bio • Auchan (MDD) • **20 €**

11,5/20

• **Lourd.** Robe or jaune. Nez intense, évolué (crème au beurre, pomme cuite, noisette, nèfle, citron confit) ; bouche marquée par le sucre, des bulles trop présentes et assez courtes.
• **Pour accompagner** l'apéritif.

10 crémants de Bourgogne



Gracieux Chevalier • Reflets de France • Carrefour • **8,50 €**

14,5/20

• **Onctueux.** Robe jaune paille. Nez expressif (levures, pomme cuite, citron, mirabelle et vanille) ; bouche homogène, crémeuse, avec des notes de brioche.
• **Pour accompagner** apéritif et repas (viande blanche).



Veuve Ambal • Brut Prestige • **7,90 €**

14/20

• **Tout simple.** Robe or rose. Nez discret, fruité (pomme cuite, coing, mirabelle, groseille) ; bouche ronde, équilibrée par une acidité plaisante, avec de la longueur.
• **Pour accompagner** l'apéritif.



Expert Club • Intermarché (MDD) • **6,20 €**

13,5/20

• **Tonique.** Robe or gris. Nez discret, frais (camomille, pamplemousse, pointe de silex) ; bouche à l'attaque vive, peu dosée, assez élégante.
• **Pour accompagner** l'apéritif (fruits de mer).



Louis Bouillot • Grande réserve Cuvée Perle de vigne • **10 €**

10,5/20

• **Aérien.** Robe or gris. Nez discret, floral (jasmin), amande, pomelo ; bouche vive désaltérante, minéralité en finale, trop simple pour certains ?
• **Pour accompagner** l'apéritif dînatoire.



Pierre Chanau • Auchan (MDD) • **6 €**

10/20

• **Limité.** Robe or gris. Nez discret, notes d'agrumes, de muscat et de miel ; bouche marquée par le sucre sur un fond de simplicité.
• **Pour accompagner** l'apéritif (macarons au foie gras).



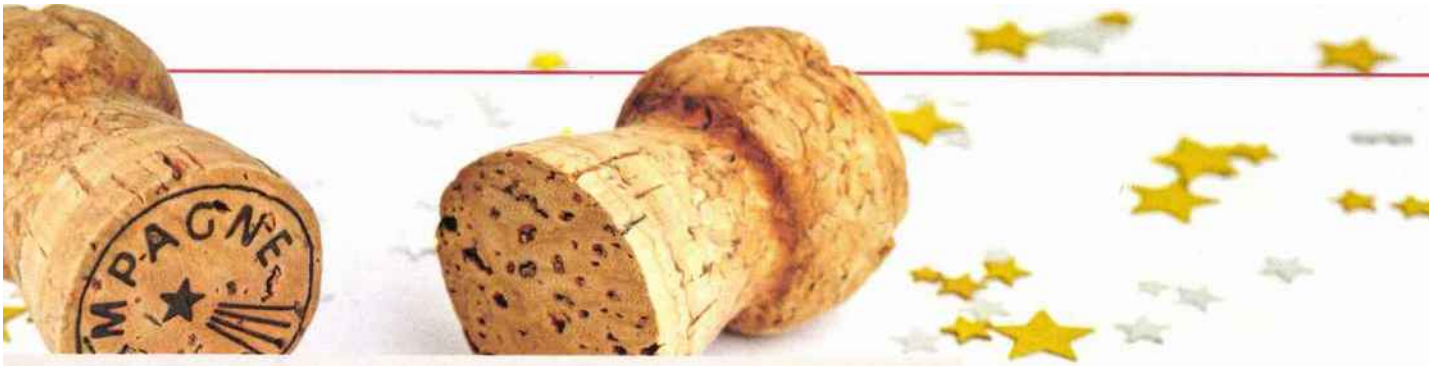
Château de Sassangy[1] • Jean & Geno Musso • bio • **9,30 €**

10/20

• **Singulier.** Robe jaune citron. Nez frais (agrumes, fruits blancs, citronnelle) ; bouche surprenante, avec des notes de torréfaction et de la fraîcheur (zeste, menthe).
• **Pour accompagner** l'apéritif (canapés de poisson cru mariné).

Lieux d'achat indicatifs : (1) Carrefour, (2) Nicolas.

Tous droits réservés à l'éditeur





Delagne & fils • Cuvée Prestige • Intermarché (MDD) • **15,30 €**

13/20

• **Agréable.** Robe or vert. Nez expressif (aubépine, mélisse, citron, mirabelle, miel). Bouche fraîche, gourmande, équilibrée et persistante.
• **Pour accompagner** le repas (lotte à la crème safranée).



Veuve Émille • Auchan (MDD) • **14 €**

12,5/20

• **Dense.** Robe or gris. Nez expressif (vanille, cannelle, pomme cuite, noisette, mélisse) ; bouche franche, fruitée, avec agrumes en finale.
• **Pour accompagner** l'apéritif.



Pol Carson • E. Leclerc (MDD) • **13,90 €**

11/20

• **Évanescent.** Robe or gris. Nez fin (citron, fleur d'oranger, pomme verte). Bouche décevante par la faible matière, ni relief, ni longueur.
• **Pour accompagner** l'apéritif.



e.Nicolas • **18 €**

10,5/20

• **Peu plaisant.** Robe or gris. Nez peu expressif, note miellée ; bouche avec beaucoup de mousse, sans intérêt particulier, vite passée.
• **Pour accompagner** l'apéritif en mode kir royal.



L'œuvre de Perraud • **14,80 €**

12,5/20

• **Équilibré.** Robe or gris. Nez fin (fleurs blanches, compote de pomme, amande fraîche, noisette) ; bouche gourmande, fruitée (mirabelle), pointe d'amertume en finale.
• **Pour accompagner** l'apéritif (rillettes de poisson).



La Chablisienne • **8,90 €**

12,5/20

• **Vineux.** Robe or jaune. Nez assez intense, fruité (pomme, poire, coing) ; bouche gourmande où ressort l'amertume, diversement appréciée et qui apporte de la longueur.
• **Pour accompagner** le repas (soufflé au fromage).



Patriarche Père & fils[2] • **10,90 €**

9,5/20

• **Périlleux.** Robe or jaune. Nez frais (agrumes, fruits blancs, citronnelle) ; bouche à l'attaque vive, bulles désaltérantes, l'acidité allège le dosage marqué, mais pas assez pour la majorité des jurés…



Veuve Ambal • bio • **8,70 €**

9/20

• **Trop subtil ?** Robe or gris. Nez franc, intense (raisins frais, agrumes) mieux apprécié que la bouche, jugée sans intérêt pour une majorité quand, pour d'autres, elle paraît gourmande, dense, et désaltérante.

ISTOCK- PHOTOS PRODUITS : FABRICE PONCELET/«60»

tiques : le chardonnay (raisin blanc) et le pinot noir (raisin noir). Chacune des régions peut jouer sa touche locale, avec des terroirs différents et d'autres cépages autorisés. La Champagne se réserve le fruité du pinot meunier ; la Bourgogne peut compter sur celui du gamay et la vivacité de l'aligoté. Pour le reste, les deux effervescents sont des vins d'assemblage souvent non millésimés, dont le défi, pour chaque producteur, est de choisir un style, de le réussir et de le perpétuer d'année en année.

CRÉMANT DE BOURGOGNE, LE SUCCÈS D'UNE VEUVE

Le crémant de Bourgogne présente une autre singularité : la domination d'une marque. Avec huit millions de bouteilles par an, Veuve Ambal produit 40 % du total régional. Dans notre sélection, en plus des deux bouteilles sous son nom, les marques de distributeurs Carrefour et Intermarché font appel à son savoir-faire. Pour quels résultats ? Sur les quatre références élaborées par Veuve Ambal, trois se retrouvent en tête comme meilleurs crémants avec des notes dépassant 13/20 (seuil considéré comme "bon", selon nos critères). Seule la cuvée bio de la marque fait un flop. *« Les raisins issus de la viticulture biologique restent difficiles à trouver en Bourgogne, les volumes manquent »*, plaide François Piffaut, même si l'entreprise dit se fournir dans tout le territoire bourguignon. Le face-à-face organisé pour notre dégustation permet-il de valider l'adage : *« Mieux vaut un bon crémant qu'un mauvais champagne »* ? Plus que jamais ! Certains crémants de

Tous droits réservés à l'éditeur



Bourgogne rivalisent honorablement avec les champagnes, au moins ceux à marques de distributeurs, l'entrée de gamme disponible en grandes surfaces, et, a fortiori, avec les proseccos, que nous avions fait déguster l'an passé, et dont les scores étaient médiocres *(voir n° 554, décembre 2019)*. Or la différence de prix avec les bulles champenoises est importante – le crémant le moins cher de notre sélection s'affiche à 6 €, contre près de 14 € pour le champagne. Un écart qui s'explique par l'industrialisation du procédé d'élaboration, selon François Piffaut : « *Pour être compétitif, il nous faut être ingénieux et mécaniser le plus possible ; le process nécessite beaucoup de manipulations, d'opérations successives, tout a été mécanisé, jusqu'à la mise en carton* ». En revanche, les vendanges restent manuelles par obligation réglementaire en Bourgogne comme en Champagne.

LA TENTATION DU PREMIER CRU

Si l'on veut monter en qualité pour la table de Noël, est-ce la peine d'investir dans un champagne premier cru ou grand cru ? La mention de cru signifie que les raisins proviennent de villages distingués pour des raisons historiques. Au siècle dernier, les raisins de ces 59 communes proches de Reims et d'Épernay voyageaient moins longtemps, d'où un meilleur état sanitaire et de meilleurs tarifs. Aujourd'hui, les prix sont libres, l'échelle des crus a été supprimée, et les dénominations « *grand cru* » et « *premier cru* » sont conservées à titre d'usages locaux.

LES MEILLEURS RAPPORTS QUALITÉ/PRIX

Pour une vingtaine d'euros, les marques de distributeurs proposent ces cuvées supposées supérieures. C'est de leur côté que figurent les meilleurs rapports qualité/prix. Pour autant, notre dégustation ne permet pas de décréter une qualité systématiquement supérieure comparée aux autres champagnes d'entrée de gamme. Chacune des deux catégories présente le même nombre de bouteilles jugées « *bonnes* ». Et une seule référence sur dix surclasse l'ensemble : la bouteille Grand cru Bernard Brémont de Carrefour. Signalons d'ailleurs que les produits de cette enseigne cartonnent cette année ; ils se retrouvent les mieux placés dans les trois catégories.

À la lecture des commentaires de nos dégustateurs, s'esquisse un style "premier cru" qui, en affirmant un caractère vineux, a plus de chance de passer pour un repas. Ce qui conduit à un ultime conseil : servir le "bon" crémant pour l'apéritif et le "bon" champagne premier – ou grand – cru à table. Un duo gagnant, très complémentaire et dans l'air du temps. La fin de l'année devrait être riche en surprises pour les clients des grandes surfaces. Les Champenois ont vu leurs stocks enfler avec la chute de la consommation mondiale liée au Covid-19 et des baisses de prix sont à prévoir... ●

MARYSE SARGIS
AVEC ANTOINE HAENTJENS
ET THOMAS PEYDRO, ingénieurs

Le choix de 60

CHAMPAGNE BLANC GRAND CRU



15,5/20
Bernard Brémont Grand cru
(Carrefour)
18,70 €
Un champagne tout en élégance et en équilibre. Le compagnon des fêtes.

CRÉMANT DE BOURGOGNE



13,5/20
Expert Club
(Intermarché)
6,20 €
Pour l'apéritif, qui saura dire s'il s'agit d'un crémant ou d'un champagne ?

CHAMPAGNE BLANC



15/20
Charles de Courance
(Carrefour)
14,50 €
Le couteau suisse de la bulle : plaisant, polyvalent et très économique.

À retenir

- Les crémants et champagnes premiers prix vendus en grande distribution ressortent quasiment au même niveau sur le plan qualitatif. N'hésitez plus à servir un crémant à l'apéritif, souvent trois fois moins cher !
- Les champagnes premiers crus des marques de distributeurs s'avèrent de qualité supérieure pour un prix très accessible.
- Les rares cuvées bio piochées dans la grande distribution ne sont pas à la hauteur. Les cavistes ont des chances de faire mieux...

ISTOCK- PHOTOS PRODUITS : FABRICE POINCELET/«60»

Tous droits réservés à l'éditeur



PRODUITS

Beaujolais Nouveau

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

LSA LA QUOTIDIENNE
Pays : FR
Périodicité : Quotidien





Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.48-50
Journaliste : SYLVIE LEBOU-LENGER

Accueil LSA

Enfin une bonne nouvelle: c'est le jour du Beaujolais Nouveau!

SYLVIE LEBOULENGER | BOISSONS, BOISSONS ALCOOLISÉES, BOISSONS ET LIQUIDES

PUBLIÉ LE 19/11/2020

TWITTER FACEBOOK LINKEDIN GOOGLE +

Comme chaque année, le Beaujolais Nouveau "sort" le troisième jeudi du mois de novembre. Si cet événement bachique sera gâché par la fermeture des bars et restaurants, les enseignes continuent de proposer ce vin dont la qualité s'est nettement améliorée. Voilà au moins une bonne nouvelle du jour alors que le déconfinement se fait attendre.

Tous droits réservés à l'éditeur



Le Beaujolais Nouveau Pierre Chanau, signature vins chez Auchan, est médaillé d'or.

Le Beaujolais Nouveau sort aujourd'hui, en ce troisième jeudi du mois de novembre. La France étant confinée, c'est en GMS et chez les cavistes restés ouverts que les consommateurs pourront l'acheter. Cette année encore, chaque enseigne ajoute son petit plus à ce vin qui ne se vend qu'en primeur. Celui d'Auchan, signé Pierre Chanau, a remporté la médaille d'or au Trophée Lyon Beaujolais Nouveau. Celui du caviste Nicolas est labellisé HVE (Haute Valeur Environnementale). Il sera vendu 5,25 euros le col.

L'an dernier, il s'est vendu 7 millions de cols de Beaujolais Nouveaux et Beaujolais Nouveaux Villages en grande distribution. Un circuit qui absorbe 55% des volumes vendus en France. Deux chiffres qui montrent que ce phénomène commercial, s'il ralentit un peu, reste important pour les consommateurs. La filière espère qu'ils seront fidèles à ce rendez-vous du cœur de l'automne. En effet, ce vin reste très exporté notamment au Japon et

Tous droits réservés à l'éditeur

www.lamontagne.fr
Pays : France
Dynamisme : 113

Visualiser l'article

Couleur morose pour le beaujolais nouveau cuvée 2020 à Clemont-Ferrand

C'est d'ordinaire un rendez-vous que des foules entières ne voudraient pour rien manquer : l'arrivée du beaujolais nouveau. Avant tout une occasion "officielle" de trinquer. Las, la cuvée 2020 a comme un goût amer.

Sa robe lie de vin et ses saveurs de fruits rouges servaient bien souvent l'alibi à de généreuses agapes. Quand bien même bon nombre, depuis longtemps, délaissaient la primeur de ce cru des coteaux au frontières du Lyonnais, pour d'autres appellations ; moins riches en maux de tête et bords de lèvres noirs des lendemains qui déchantent.

N'en demeurait pas moins le respect d'une tradition, celle du beaujolais nouveau qui, cette année, a pris un sérieux coup de bouchon. Une mise en carafe, imposée par la crise sanitaire sur les moments festifs, qui a pris tout le monde de court ; si bien que nombreux sont ceux qui en avait même oublier la date.Comme une histoire de verre à moitié plein, autrement dit : à moitié vide, ainsi qu'en témoignent les chiffres sur l'agglomération clermointoise : aux caves de Grandseigne l'appétence pour ce vin dit « nouveau » s'est réduite de près de 50 %. Mêmes vendanges amères sous l'enseigne Nicolas où l'érosion coule régulièrement de 10 à 20 % au fil des cuvées, Et ce depuis une 1/2 dizaine d'années ", confirme le gérant. « Ne restent que les clients soucieux de tradition qui sacrifient à une ou deux bouteilles symboliques ».Un espoir cependant, en cette année si avare de distractions, l'occasion de mettre un peu de couleur dans un horizon encore bien morose.

Un Jour / Un Son avec le nouveau (et très bon) single de Billie Eilish «Therefore I Am»

« Les clients semblent plutôt heureux de constater que tout n'est pas systématiquement bouché et retrouvent le geste et le flacon histoire de faire comme si... Reste que cela sera évidemment moins festif avec la fermeture des bars et restaurants ».Il n'y a peut-être qu'à Chamalières, où le caviste de la rue Luftbéry, craint de manquer de flacons. « Ici il y a toute une génération qui veut rester fidèle à ce rendez-vous annuel ». Il est vrai qu'il reconnaît n'avoir commandé qu'en moindre quantité, ne sachant à quelle soif se fier.À défaut de beaux jours, pour le beaujolais de l'année, un moindre mal si ce n'est la migraine, habituelle compagne de cette ivresse labellisée.

0d7eCl0EPmoUvXAP0WePsto6oMgjPpr9H_A2FcVlLuDsiyGR3gP4Qj68yM45xAHiZ1icMO0kFH2nbXBgxk_itx2AJ5L.pubXpf3BITf_pthwZjY2

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 19/11/2020
Heure : 09:18:38
Journaliste : Alexandre Abellan

www.vitisphere.com
Pays : France
Dynamisme : 5

Visualiser l'article

Originalité et simplicité pour le Beaujolais Nouveau des cavistes Nicolas



Cette bouteille est commercialisée 5,25 €. Deux autres cuvées sont proposées par Nicolas. - crédit photo : DR

Ludique, l'étiquette de la chaîne de caves témoigne d'une volonté de maintenir en toute simplicité un évènement festif depuis le domicile de ses consommateurs.

Sur l'étiquette des bouteilles de vin, l'interactivité n'est pas réservée aux seuls QR Code. La preuve avec l'étiquette du Beaujolais nouveau 2020 de la chaîne de cavistes Nicolas (500 caves en France et 60 à l'étranger). Découpé dans le papier, la silhouette d'un verre de vin se vide progressivement à mesure que le flacon est dégusté. La tradition étant prise de changer à chaque millésime l'étiquette de ce primeur, *« on se creuse la tête toutes les années »* reconnaît Christopher Hermelin, le directeur marketing de Nicolas (groupe Castel Frères).

Mis en vente comme chaque année ce troisième jeudi de novembre, le flacon peut être réservé pour une livraison à domicile depuis lundi, afin de contrer les effets de la crise du coronavirus. *« L'objectif est d'avoir un produit de partage : simple et léger. Les apéros en visioconférences et plein d'autres initiatives permettent de ne pas s'arrêter de vivre, de maintenir des évènements et donner du baume au cœur »* pointe Christopher Hermelin.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

HVE

Si cette cuvée s'essaie au *« cliquer/collecter »* par la force du contexte sanitaire, elle affiche pour la première fois la certification Haute Valeur Environnementale (HVE) indique Christopher Hermelin. Si les volumes de Beaujolais Nouveaux vendus par les cavistes Nicolas sont en baisse, le directeur marketing ne souhaitent pas en communiquer le détail.

Tous droits réservés à l'éditeur

Cuisine
& des Tendances

Date : 19/11/2020
Heure : 08:14:09
Journaliste : Christophe Hamieau

cuisine-et-des-tendances.com
Pays : France
Dynamisme : 6

Visualiser l'article

Le Beaujolais Nouveau se déconfine aujourd'hui ! | Cuisine & des Tendances



En ce 3e jeudi du mois de novembre nous ne pouvons que célébrer une tradition vinicole française, le Beaujolais Nouveau. Malgré le confinement les professionnels, du vigneron au caviste, se sont mobilisés pour permettre d'accueillir ce millésime 2020.

La 20ème édition du Trophée Lyon-Beaujolais Nouveau s'est tenue les 12,13 et 14 novembre 2020 à Villefranche sur Saône. Il s'agit de l'unique concours officiel des vins Nouveaux porté par l'expertise des Œnologues de France.

Reconnu par les professionnels et les amateurs, le Trophée Lyon Beaujolais Nouveau permet notamment de mettre en lumière le millésime qualitatif des Beaujolais.

Cette année, 357 échantillons ont été dégustés et 129 vins ont été distingués :
– 18 Médailles d'Or Grand Prix du Trophées
– 72 Médailles d'Or
– 29 Médailles d'Argent

Tous droits réservés à l'éditeur



J-6 avant le drôle de Beaujolais nouveau

S'en jeter un derrière la cravate ? Cette année, cela risque de se faire à la maison, en pantoufles. *Exit* les apéros entre collègues, la crise sanitaire balaie les traditions : votre beaujolais nouveau va se sentir un peu plus seul qu'à l'accoutumée... Difficile d'entrevoir une quelconque tendance pour Frédéric Pollard. A six jours du fameux troisième jeudi du mois de novembre, un grand point d'interrogation s'impose pour le caviste Nicolas : « *Les commandes se font en juin. Donc là j'attends 700 bouteilles. Mais je n'ai aucune idée de ce qu'il va se passer.* » Et pour cause, la vente de ce vin de primeur s'avère déjà on ne peut plus imprévisible quelle que soit l'édition. « *La météo fait beaucoup. Si le jeudi en question il ne fait pas beau, je sais déjà que les clients vont être plus frileux. Alors là, avec le confinement...* » Un équilibre qui tient à peu de chose.



Trinquer au soleil entre amis ? Une situation qui n'arrivera pas cette année... (Photo archives Ph. A.)

Tous droits réservés à l'éditeur

nice-matin

www.nicematin.com
Pays : France
Dynamisme : 201

Visualiser l'article

de la Convention collective nationale du commerce de détail des fruits et légumes, épicerie et produits laitiers du 15 avril 1988, ils sont donc concernés par les mêmes mesures que leurs confrères primeurs par exemple. Trinquer au soleil entre amis ? Une situation qui n'arrivera pas cette année... Photo archives Ph. A. J-6 avant le drôle de Beaujolais nouveau S'en jeter un derrière la cravate ? Cette année, cela risque de se faire à la maison, en pantoufles.Exit les apéros entre collègues, la crise sanitaire balaie les traditions: votre beaujolais nouveau va se sentir un peu plus seul qu'à l'accoutumée... Difficile d'entrevoir une quelconque tendance pour Frédéric Pollard. A six jours du fameux troisième jeudi du mois de novembre, un grand point d'interrogation s'impose pour le caviste Nicolas: "Les commandes se font en juin. Donc là j'attends 700 bouteilles. Mais je n'ai aucune idée de ce qu'il va se passer." Et pour cause, la vente de ce vin de primeur s'avère déjà on ne peut plus imprévisible quelle que soit l'édition. "La météo fait beaucoup. Si le jeudi en question il ne fait pas beau, je sais déjà que les clients vont être plus frileux. Alors là, avec le confinement... " Un équilibre qui tient à peu de chose. Grands absents, les comités d'entreprise... Parce que les fêtes de fin d'année ne se résument pas uniquement à l'oncle Dédé et à votre beauf Jean-René, les cavistes voient clairement la source "pro" se tarir. "On travaille beaucoup avec les comités d'entreprise", souligne Banu Demirezen au sein de La Treille d'or: "Mais eux aussi ont des problématiques économiques. Donc les commandes ne seront pas du même acabit que l'an passé." Des grands absents qui eux aussi manquent à l'appel faute de célébrations dans le monde du travail.

Visuel indisponible

0rOZWITExogywDHvRJS0vwZkICzxWPue1OnWvVBnZ9egI0nxPVBIrpoh2bULs-e9hgol-JB3PWn1euX0ppUTd4wZjgw

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 19/11/2020
Heure : 09:33:51
Journaliste : Sylvie Leboulenger

www.lsa-conso.fr
Pays : France
Dynamisme : 13

Visualiser l'article

C'est le jour du Beaujolais Nouveau

Comme chaque année, le Beaujolais Nouveau "sort" le troisième jeudi du mois de novembre. Si cet événement bachique sera gâché par la fermeture des bars et restaurants, les enseignes continuent de proposer ce vin dont la qualité s'est nettement améliorée. Voilà au moins une bonne nouvelle du jour alors que le déconfinement se fait attendre.



Le Beaujolais Nouveau Pierre Chanau, signature vins chez Auchan, est médaillé d'or.

Le Beaujolais Nouveau sort aujourd'hui, en ce troisième jeudi du mois de novembre. La France étant confinée, c'est en GMS et chez les cavistes restés ouverts que les consommateurs pourront l'acheter. Cette année encore, chaque enseigne ajoute son petit plus à ce vin qui ne se vend qu'en primeur. Celui d'Auchan, signé Pierre Chanau, a remporté la médaille d'or au Trophée Lyon Beaujolais Nouveau. Celui du caviste Nicolas est labellisé HVE (Haute Valeur Environnementale). Il sera vendu 5,25 euros le col.

L'an dernier, il s'est vendu 7 millions de cols de Beaujolais Nouveaux et Beaujolais Nouveaux Villages en grande distribution. Un circuit qui absorbe 55% des volumes vendus en France. Deux chiffres qui montrent que ce phénomène commercial, s'il ralentit un peu, reste important pour les consommateurs. La filière espère qu'ils seront fidèles à ce rendez-vous du cœur de l'automne. En effet, ce vin reste très exporté notamment au Japon et aux Etats-Unis. Las, les portes de ces pays sont fermées en raison de la pandémie.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Accepter le changement

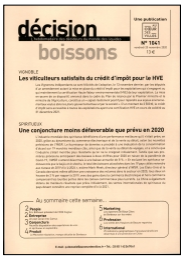
"Cette année inédite modifie singulièrement nos comportements, habitudes, et empêche les grandes festivités. Ensemble, nous devons accepter le changement. Nos vignerons du Beaujolais ont fait exprimer le meilleur de leurs terroirs malgré un millésime de l'extrême (sécheresse et précocité des vendanges) pour offrir des vins du Beaujolais tout en couleurs et saveurs, fruités, gourmands. Rien n'a arrêté leurs élans, leurs passions, tout comme les cavistes, restaurateurs, commerçants… Nous devons continuer à sauver nos savoir-faire, nos traditions, et le Beaujolais Nouveau fait partie de ces patrimoines qui nous sont chers", explique Dominique Piron, président d'Inter Beaujolais, l'Interprofession des vins du Beaujolais.

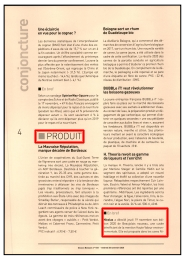
Des questions.... des réponses

Notons que cette interprofession a rénové le site beaujolaisnouveau.fr pour que les consommateurs puissent trouver les réponses aux questions qu'ils se posent sur ce vin. Depuis quand les Beaujolais Nouveaux existent ? Quel cépage les vignerons utilisent pour les élaborer ? Ils se déclinent seulement en rouge ? Comment on les élabore ? Sur ce site, les visiteurs retrouvent également des accords mets et vins et des conseils pour déguster les primeurs dans la meilleure des ambiances. Nouveauté aussi cette année, le site donne un accès aux professionnels de la filière, afin de les guider dans leur communication autour des Beaujolais Nouveaux (kits personnalisables), les renseigner sur le profil du millésime 2020, de la vinification beaujolaise ainsi que les bonnes températures de dégustation.

Tous droits réservés à l'éditeur

DÉCISION boissons
L'hebdomadaire des décideurs du monde des liquides
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : 20 novembre 2020
Page de l'article : p.4-5

PRODUIT

En bref

Nicolas a dévoilé jeudi 19 novembre son édition 2020 de Beaujolais nouveau, une cuvée bénéficiant de la mention Haute Valeur environnementale. Elle est proposée dans les caves Nicolas qui restent ouvertes et ont mis en place le drive piéton et la livraison à domicile.
Prix : 5,25 €

Tous droits réservés à l'éditeur



CORPORATE

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

La Nouvelle République des Pyrénées
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 11461





Date : 02 novembre 2020
Page de l'article : p.5

C’est un accueil tout sourire, malgré le masque, que vous promet Amandine Gil chez les

C’est un accueil tout sourire, malgré le masque, que vous promet Amandine Gil chez les vins Nicolas, rue Maréchal Foch. En ce samedi, on prépare déjà les fêtes, avec la mise en place des coffrets pour Noël. La boutique reste ouverte durant le confinement. / Photo Laurent Dard



0iHjRDJAbaM7OYXGAPICevWI8_REQWtN2fQYMoCpOMKzV7jzq3-PdokjPJIp6q-btNzI2

Tous droits réservés à l'éditeur

SUD OUEST
www.sudouest.com
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 280453



Date : 13 novembre 2020
Journaliste : Christophe Massenot

Agen, Agenais et Albret

Vinissim'O, nouveau cru

COMMERCE L'enseigne, déjà présente au Passage-d'Agen, ouvre la semaine prochaine une nouvelle boutique dans le périmètre du Marché couvert

Christophe Massenot
c.massenot@sudouest.fr

Les cols blancs ont quitté les lieux. On s'y fournira bientôt en fioles de rouge. Mais pas seulement. « À partir de la fin de semaine », suggère Jean-Paul Boulet, contraint de compléter sa prévision de cette mention indispensable dans ce contexte sanitaire : « si tout va bien ». Quarante-six années d'activités dans le vin n'ont pas tari la soif de développement de ce chef d'entreprise sur le point d'ouvrir en centre-ville d'Agen, après celui du Passage, un second Vinissim'O. L'affaire se réalisera, comme souhaité dans le cahier des charges, près du Marché couvert, dans l'ancienne agence du Crédit agricole.

« Nous avions fait une première approche en 2015, en nous installant dans une boutique éphémère. Une expérience positive que nous n'avions pas pu alors prolonger… » Un quinquennat plus tard, Jean-Paul Boulet revient dans le cœur de ville investir 180 m² de surface commerciale. « Le double de notre magasin du Passage, mesure le caviste, où nous maintenons toujours notre activité. » Sa fille Marion et son fils Florent le secondent désormais dans ses affaires : « Nous sommes quatre dans l'entreprise avec Arnaud, notre sommelier. Je me donne encore deux ans avant de commencer à prendre du recul. »



La future boutique sera d'une surface de 180 m², soit le double de celle du Passage. PHOTO LOÏC DÉQUIER

Des vins d'artisans

À Agen, les Boulet vont transposer les recettes de ce succès déjà goûté sur la rive gauche de la Garonne : « Une belle gamme de spiritueux, des vins de propriétaires, des artisans de la viticulture. Notre offre en vin est à majorité en bio ou en biodynamie. Ce magasin sera aussi la vitrine des vignerons locaux et de la nouvelle génération de distillateurs. Nous proposerons des produits singuliers, des grandes marques ainsi qu'un rayon dédié aux bières artisanales. »

Un peu moins du millier de références sera à la vente dans ce local à l'esthétique alliant la modernité des matériaux et le cachet de la briquette aux murs. « Franchement ? Il est parfait pour notre activité », savoure Jean-Paul Boulet, qui se définit plutôt dans le sillage de Baesa que comme concurrent du caviste Nicolas. « Nous arrivons avec une gamme différente. Nous espérons que nous pourrons ouvrir rapidement car dans notre activité également, la fin d'année est importante. »

Chez Nicolas, dites aussi Lionel

De Paris à Agen il y a de la distance. Certes. Mais aussi la promesse d'une certaine tranquillité dans l'exercice de sa profession. Un élément majeur dans le choix de Lionel Moreau de rejoindre la capitale de Lot-et-Garonne où il gère, depuis la fin de l'été, la cave Nicolas du Marché couvert. Ancien étudiant dans l'infographie 3D à Toulouse, le commerçant a versé dans le métier de caviste au gré des circonstances. « Je travaillais dans un salon de thé. La gérante a fait l'acquisition d'une cave qu'elle m'a demandé de prendre en main. Je me suis engagé avec peu de connaissances sur les vins… », confesse-t-il. Mais depuis 2014, si l'eau a coulé sous le pont, il en va de même pour le vin dans les carafes. Lionel Moreau s'est blanchi sous le harnais. Et ses dispositions pour ce métier lui ont permis de sortir de la formation Nicolas avec un total de 98 points sur 100 au test final. Un gage pour le néo-Agenais qui se considère toujours « en phase d'observation de ce quartier pour savoir comment il bouge et évolue ». Et affiner peut-être les propositions de sa boutique. « Chaque caviste a ses produits phares. En vins comme en spiritueux, un rayon que j'entends bien développer ici, où je suis heureux d'être arrivé. J'imaginais dans un premier temps prendre un magasin sur Toulouse, mais quand j'ai su que celui-ci se libérait, je n'ai pas hésité. »

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 13/11/2020
Heure : 14:41:49

www.sudouest.fr
Pays : France
Dynamisme : 153

Visualiser l'article

Chez Nicolas, dites aussi Lionel

Un élément majeur dans le choix de Lionel Moreau de rejoindre la capitale de Lot-et-Garonne où il gère, depuis la fin de l'été, la cave Nicolas du Marché couvert. Ancien étudiant dans l'infographie 3D à Toulouse, le commerçant a versé dans le métier de caviste au gré des circonstances. « Je travaillais dans un salon de thé. La gérante a fait l'acquisition d'une cave qu'elle m'a demandé de prendre en main. Je me suis engagé avec peu de connaissances sur les vins… », confesse-t-il. Mais depuis 2014, si l'eau a coulé sous le pont, il en va de même pour le vin dans les carafes. Lionel Moreau s'est blanchi sous le harnais. Et ses dispositions pour ce métier lui ont permis de sortir de la formation Nicolas avec un total de 98 points sur 100 au test final. Un gage pour le néo-Agenais qui se considère toujours « en phase d'observation de ce quartier pour savoir comment il bouge et évolue ». Et affiner peut-être les propositions de sa boutique. « Chaque caviste a ses produits phares. En vins comme en spiritueux, un rayon que j'entends bien développer ici, où je suis heureux d'être arrivé. J'imaginais dans un premier temps prendre un magasin sur Toulouse, mais quand j'ai su que celui-ci se libérait, je n'ai pas hésité. »

0_15vAvCx_fEXvxRyUwirKpGX3JHXvrF9Cg_oqQcFl79sTavbaR9ZeKROFwbqbjEz1_4Vc58Wfo5TgSVr6dYsHQZjcz

Tous droits réservés à l'éditeur





VIE DES RÉSEAUX

NICOLAS OUVRE UN MAGASIN FRANCHISÉ À BORDEAUX ET VISE 200 NOUVELLES IMPLANTATIONS

Le réseau Nicolas a ouvert un nouveau magasin en franchise dans le centre commercial Aushopping de Bordeaux Lac. Nicolas, qui revendique 10% de parts de marché avec 558 magasins en France et à l'étranger, vise l'ouverture de 200 points de vente franchisés dans les villes moyennes d'ici 3 ans. ■ *F.N.*



Tous droits réservés à l'éditeur



Nicolas, le leader national

La maison fondée en 1822, qui a popularisé l'usage de la bouteille, est longtemps resté concentrée sur l'Île de France.



Cave Nicolas

Le rachat en 1988 par le groupe Castel, un des leaders mondiaux du secteur, a marqué l'expansion de l'enseigne avec aujourd'hui plus de 550 magasins dans le monde. La première de la Réunion, à Saint Denis, date de 2000. L'approvisionnement se fait via la centrale d'achat du groupe qui donne accès à environ 1500 références. Si les vins français restent majoritaires, ce sont des crus et spiritueux de toute la planète qui sont distribués, du Chili à la Nouvelle-Zélande, en passant par la Hongrie. L'acheminement se fait par conteneur Reefer (réfrigéré), un ou deux tous les deux mois suivant la période de l'année, pour ce qui est importé. Car Nicolas distribue aussi des productions locales, bières, rhums... et le vin de Cilaos. L'enseigne a été particulièrement séduit par la cuvée Ladi Lafé, blanc sec. Bien placé pour comparer les tendances de consommation réunionnaises par rapport à la Métropole, on note chez Nicolas une préférence pour les vins plutôt charpentés, de la vallée du Rhône ou du Languedoc-Roussillon, une tendance dictée par la cuisine créole riche en épices. On relève aussi une très faible saisonnalité, hormis les produits de prestige pour la fin d'année. Dans les tendances récentes, la montée en puissance du rosé commence à se faire ressentir. C'est un mastodonte du secteur, mais l'enseigne cultive tout de même la proximité, avec les producteurs locaux tout comme avec la clientèle. C'est dans cette idée de convivialité qu'il existe depuis bientôt 10 ans un bar à vin à Saint Denis, dans le quartier du Barachois. Un jeu de mot ?

Tous droits réservés à l'éditeur



MENTIONS

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins


C NEWS
20:20 DIRECT
CETTE NUIT
★ USA 2020 ★
PRÉSIDENTIELLE
CONFINEMENT : ÇA MARCHE OU PAS ?
DERNIÈRE MINUTE
Coronavirus : 36 330 nouveaux cas ont été détectés et 430 personnes sont décédées en 24H (Santé publique France).

NICE MATIN
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 96076



Date : 1er novembre 2020
Journaliste : CHRISTINE RINAUDO

Nice : le reconfinement est-il vraiment respecté ?

Selon les quartiers, les nouvelles règles inhérentes à la crise sanitaire n'apparaissent pas toujours avec netteté. Il y a du monde dans les rues et des commerces restent ouverts

Drôle de samedi à Nice. Le premier du reconfinement de l'an II. Un Ersatz de dimanche morne au réveil lourd et au cœur au bord des lèvres. L'attentat pulse encore douloureusement dans les tempes... Comment ne pas y penser en longeant l'avenue Jean-Médecin ? Les gens, nombreux malgré tout, vont, viennent, s'arrêtent devant la basilique, se parlent, prennent des photos des fleurs. Échange de consternations. L'attestation de déplacement dérogatoire n'a pas prévu la case « recueillement ».

C'est quoi la première nécessité ?

Tout le monde a son masque et son petit papier en poche. Parfois plusieurs papiers. Pour justifier d'une balade d'une heure, d'un déplacement au motif familial impérieux, pour effectuer des achats de première nécessité. C'est quoi la première nécessité ? La nourriture ? Les médocs ? Les clopes ? Les chocolatiers, les supermarchés, Monoprix, Nicolas, les fleuristes, les pharmacies, les opticiens, les enseignes de téléphonie, les tabacs sont ouverts. Tiens, la Fnac aussi. Bouchara itou. C'est aussi de la première nécessité une taie d'oreiller ou une « déco » de Noël ? Un type déguisé en Halloween couleur citrouille sort du Mc Do pour donner des paquets à deux clientes. Sinon, dans l'ensemble, les grilles sont en berne. Sous certaines enseignes, comme Sephora et les Galeries Lafayette Massena, le drive est mis en place. « Click and collect » prévient une affichette. Pas bête, mais pas forcément suffisant pour combler le vide dans les allées. La clochette du tram pas vraiment désert retentit. Un SDF joue du pipeau accroupi contre une vitrine. Petite incursion à Nicetoile. Impossible d'accéder aux toilettes en étages. Seuls les magasins alimentaires, la pharmacie, la téléphonie du rez-de-chaussée et du sous-sol fonctionnent.

Des contrôles policiers ? Pas vu, pas pris. Tolérance probable pour un week-end de transition entre vacances de la Toussaint finissantes et reprise. D'autres quartiers comme la rue de France, la place Wilson, la rue Pastorelli... sont beaucoup plus déserts. Pas de bruit sur la chaussée. On entend le silence. Ce n'est pas le plus désagréable de ce retour au confinement...



Pour un retour au confinement, tout le monde n'est pas resté cloîtré à la maison hier. Avenue Jean-Médecin, à Nice, on a croisé du monde... (Photo Éric Ottino)

CHRISTINE RINAUDO
crinaudo@nicematin.fr

Tous droits réservés à l'éditeur

Gala

Date : 02/11/2020
Heure : 16:51:55
Journaliste : Thomas Monnier

www.gala.fr
Pays : France
Dynamisme : 57

Visualiser l'article

Stéphane Plaza inquiet : il prend à parti le gouvernement



Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Stéphane Plaza a poussé un énorme coup de gueule contre les mesures du gouvernement en ce qui concerne ce second confinement. L'animateur regrette la fermeture de ses agences immobilières alors que les magasins de vin restent ouverts.

L'heure est grave ! Pour de nombreux secteurs d'activité, **ce second confinement** décidé par Emmanuel Macron pour lutter contre la propagation du coronavirus est un vrai drame. Alors que les rayons culturels des supermarchés sont fermés par solidarité aux librairies de proximité qui ont dû tirer le rideau, **d'autres secteurs à l'instar de la restauration ou de l'immobilier s'alarment** . Après le coup de gueule de Philippe Etchebest , au tour de Stéphane Plaza d'interpeler le gouvernement.

" ***Pendant le confinement, les enfants continuent de naître*** *, les amoureux de s'unir, les plus âgés de prendre leur retraite, les jeunes de s'installer et les moins amoureux... de divorcer ?* " a rappelé l'animateur de *Maison à vendre* . Et de s'exclamer : " *Il faudra bien les loger, non?* ***L'immobilier est donc essentiel.*** *Essentiel pour la vie, essentiel pour l'économie.* " Stéphane Plaza a ensuite fait la liste de ces commerces dans lesquels chacun peut se rendre tandis que lui, ne peut pas effectuer son métier, qu'il juge essentiel.

Acheter du vin... mais pas de maison

Car si l'agent immobilier le plus gaffeur de France est colère, c'est pour **les nombreuses incohérences qui existent** actuellement dans le pays. On peut " *acheter du Vin chez Nicolas", "acheter des boutons dans une mercerie", "acheter des ustensiles de cuisine chez Boulanger ou à la FNAC* ", mais pas faire visiter des maisons. Voilà ce que dénonce clairement Stéphane Plaza. " *Je peux me rendre dans mon agence suivre vos dossiers mais je dois fermer mon agence et ne pas vous recevoir.* ***J'ai le droit d'estimer et de rentrer un mandat avec un particulier pour vendre son bien, mais interdit de la faire visiter*** *avec un acheteur..."* a-t-il noté sur Instagram.

Un coup de gueule, oui, mais Stéphane Plaza va tout de même respecter les annonces du gouvernement . " *Comme pour le premier confinement,* ***le réseau Stéphane Plaza Immobilier respectera à la lettre les consignes du gouvernement,*** " a-t-il conclu.

Crédits photos : DOMINIQUE JACOVIDES / BESTIMAGE

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 01/11/2020
Heure : 19:13:16

le journal DE SAÔNE-ET-LOIRE

www.lejsl.com
Pays : France
Dynamisme : 172

Visualiser l'article

“Click and collect” et livraisons au magasin déco Nin

Quand la nouvelle du second confinement est tombée, Laurence Mottin l'a, dans un premier temps, « très mal vécu ». Mais la commerçante de la Grande

rue à la tête du concept-store Nin a vite surmonté son abattement. « Il ne faut pas subir mais aller de l'avant », affirme-t-elle, entourée par tous les cartons emplis des objets qu'elle a reçus pour la période des fêtes. Elle s'apprête à développer, dès lundi, la vente en ligne dans sa boutique de déco et bijoux. Il suffit de se rendre sur le site de la boutique, payer en ligne. Les commandes seront soit livrées, soit à venir retirer à la boutique de vins Nicolas située juste en face.



Laurence Mottin gérante du magasin Nin, Grande rue, se prépare pour assurer un service en ligne avec livraisons. Photo JSL /Nathalie MAGNIEN

0wDvxF17jrlw0lvhxTNkdOsiNydd5zEd0tbndgzOMXMfzt9bDx0k8tinxnAIQoJkex5SdIoDZH0iz9oS1ay9tQY2Mz

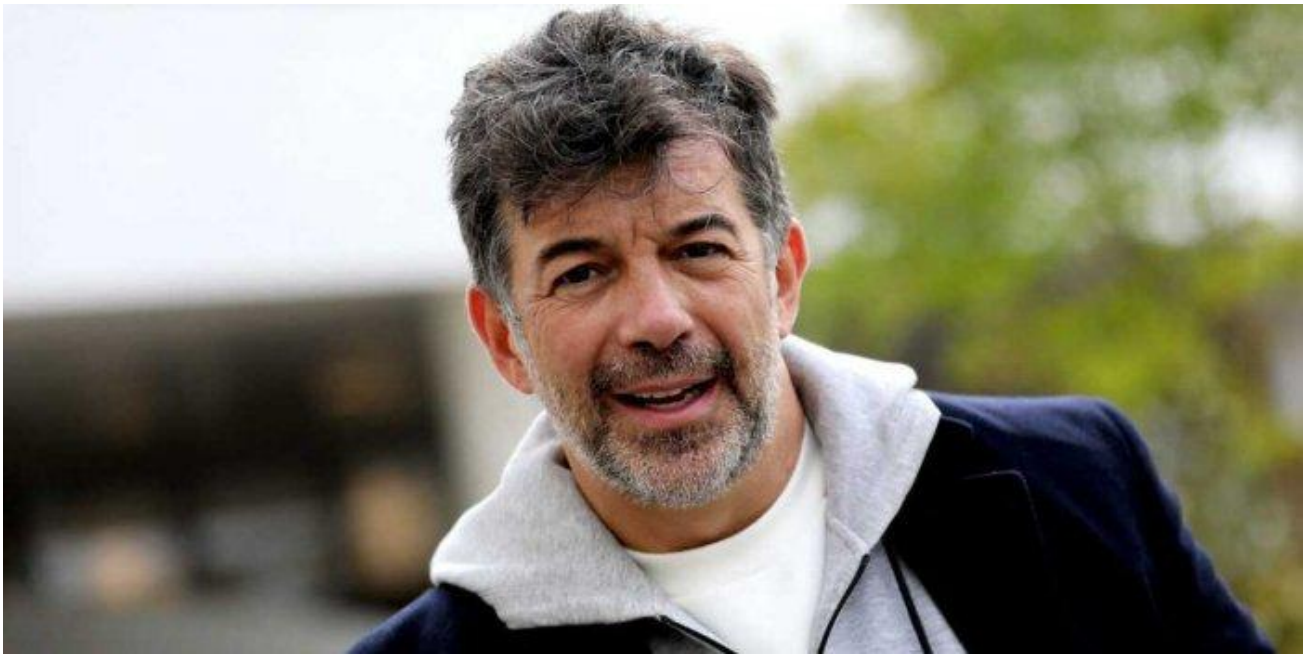
Tous droits réservés à l'éditeur

www.planet.fr
Pays : France
Dynamisme : 466

Visualiser l'article

Stéphane Plaza inquiet : il prend à parti le gouvernement

Stéphane Plaza a poussé un énorme coup de gueule contre les mesures du gouvernement en ce qui concerne ce second confinement. L'animateur regrette la fermeture de ses agences immobilières alors que les magasins de vin restent ouverts.



L'heure est grave ! Pour de nombreux secteurs d'activité, ce second confinement décidé par Emmanuel Macron pour lutter contre la propagation du coronavirus est un vrai drame. Alors que les rayons culturels des supermarchés sont fermés par solidarité aux librairies de proximité qui ont dû tirer le rideau, d'autres secteurs à l'instar de la restauration ou de l'immobilier s'alarment. Après le coup de gueule de Philippe Etchebest, au tour de Stéphane Plaza d'interpeler le gouvernement.

"Pendant le confinement, les enfants continuent de naître, les amoureux de s'unir, les plus âgés de prendre leur retraite, les jeunes de s'installer et les moins amoureux... de divorcer ?" a rappelé l'animateur de Maison à vendre. Et de s'exclamer : "Il faudra bien les loger, non? L'immobilier est donc essentiel. Essentiel pour la vie, essentiel pour l'économie." Stéphane Plaza a ensuite fait la liste de ces commerces dans lesquels chacun peut se rendre tandis que lui, ne peut pas effectuer son métier, qu'il juge essentiel.

Car si l'agent immobilier le plus gaffeur de France est colère, c'est pour les nombreuses incohérences qui existent actuellement dans le pays. On peut "acheter du Vin chez Nicolas", "acheter des boutons dans une mercerie", "acheter des ustensiles de cuisine chez Boulanger ou à la FNAC", mais pas faire visiter des maisons. Voilà ce que dénonce clairement Stéphane Plaza. "Je peux me rendre dans mon agence suivre vos dossiers mais je dois fermer mon

Lire la suite sur Gala

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 03/11/2020
Heure : 13:25:03
Journaliste : Amandine Meh

actu.fr
Pays : France
Dynamisme : 474

Visualiser l'article

Confinement : voici les magasins ouverts au centre commercial Saint-Sébastien à Nancy

Au centre commercial Saint-Sébastien à Nancy, certaines enseignes jugées essentielles accueillent encore des clients. D'autres ont opté pour le click & collect. Explications.



A l'instar du premier épisode, ce **second confinement** condamne les **commerces jugés non essentiels** par le gouvernement, à garder leurs **portes closes** .

A **Nancy** , au **centre commercial Saint-Sébastien** , certaines enseignes restent malgré tout **accessibles** et **accueillent toujours des clients.** D'autres, au contraire, ont adopté le **système click & collect** . *Lorraine Actu* fait le point.

Des commerces qui accueillent du public
Sur son site internet, le centre commercial a indiqué que plusieurs boutiques étaient ouvertes. Voici lesquelles :

Monoprix : 8h30 à 20h30
Pharmacie : 9h à 19h30
Brioche Dorée : 9h30 à 18h
Cofféa : 10h à 19h
Glup's : 9h30 à 19h30
Jeff de Bruges : 10h à 19h
Veng Hour : 10h à 19h

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Vins Nicolas : 10h à 19h
Alain Afflelou : 10h à 19h
GrandOptical : 9h30 à 19h30
Lissac : 9h30 à 19h
Bouygues Telecom : 10h à 19h
SFR : 10h à 19h
E-Klop : 9h30 à 19h30
Le Petit Vapoteur : 9h30 à 19h30
Sur les réseaux sociaux, de nombreux internautes ont fait part de leur incompréhension. Certains ne comprennent en effet pourquoi « Glup's », **un magasin de bonbons** , peut être considéré comme un commerce essentiel. Pour répondre à la polémique, l'établissement a apporté une réponse claire.

Les commerces ouverts sont ceux qui ont été déterminés par le décret gouvernemental, ce n'est pas nous qui faisons ce choix. Certains restent ouverts et d'autres proposent du Click & Collect... Nous nous adaptons.

Centre commercial Saint Sébastien

Click & Collect
Dans un même temps, certaines enseignes du centre commercial ont opté pour un service de **click & collect** . En clair, il vous suffit de passer commande et ensuite de retirer vos biens sur place. Les enseignes suivantes sont concernées :

Plus Belles Les Bulles
Sephora
Alice Délice
Nature et Découvertes
Marionnaud
Micromania

Tous droits réservés à l'éditeur

fr.finance.yahoo.com
Pays : France
Dynamisme : 525

Visualiser l'article

Stéphane Plaza inquiet : il prend à parti le gouvernement

Visuel indisponible

L'heure est grave ! Pour de nombreux secteurs d'activité, ce second confinement décidé par Emmanuel Macron pour lutter contre la propagation du coronavirus est un vrai drame. Alors que les rayons culturels des supermarchés sont fermés par solidarité aux librairies de proximité qui ont dû tirer le rideau, d'autres secteurs à l'instar de la restauration ou de l'immobilier s'alarment. Après le coup de gueule de Philippe Etchebest , au tour de Stéphane Plaza d'interpeler le gouvernement.

"Pendant le confinement, les enfants continuent de naître, les amoureux de s'unir, les plus âgés de prendre leur retraite, les jeunes de s'installer et les moins amoureux... de divorcer ?" a rappelé l'animateur de Maison à vendre . Et de s'exclamer : "Il faudra bien les loger, non? L'immobilier est donc essentiel. Essentiel pour la vie, essentiel pour l'économie." Stéphane Plaza a ensuite fait la liste de ces commerces dans lesquels chacun peut se rendre tandis que lui, ne peut pas effectuer son métier, qu'il juge essentiel.

Car si l'agent immobilier le plus gaffeur de France est colère, c'est pour les nombreuses incohérences qui existent actuellement dans le pays. On peut "acheter du Vin chez Nicolas", "acheter des boutons dans une mercerie", "acheter des ustensiles de cuisine chez Boulanger ou à la FNAC", mais pas faire visiter des maisons. Voilà ce que dénonce clairement Stéphane Plaza. "Je peux me rendre dans mon agence suivre vos dossiers mais je dois fermer mon agence et ne pas vous recevoir. J'ai (...)

Lire la suite sur le site de GALA

Tous droits réservés à l'éditeur

Stéphane Plaza inquiet : il prend à parti le gouvernement

Visuel indisponible

© DOMINIQUE JACOVIDES / BESTIMAGE Stéphane Plaza inquiet : il prend à parti le gouvernement

Stéphane Plaza a poussé un énorme coup de gueule contre les mesures du gouvernement en ce qui concerne ce second confinement. L'animateur regrette la fermeture de ses agences immobilières alors que les magasins de vin restent ouverts.
L'heure est grave ! Pour de nombreux secteurs d'activité, **ce second confinement** décidé par Emmanuel Macron pour lutter contre la propagation du coronavirus est un vrai drame. Alors que les rayons culturels des supermarchés sont fermés par solidarité aux librairies de proximité qui ont dû tirer le rideau, **d'autres secteurs à l'instar de la restauration ou de l'immobilier s'alarment** . Après le coup de gueule de Philippe Etchebest , au tour de Stéphane Plaza d'interpeler le gouvernement.

" ***Pendant le confinement, les enfants continuent de naître*** *, les amoureux de s'unir, les plus âgés de prendre leur retraite, les jeunes de s'installer et les moins amoureux... de divorcer ?* " a rappelé l'animateur de *Maison à vendre* . Et de s'exclamer : " *Il faudra bien les loger, non?* ***L'immobilier est donc essentiel.*** *Essentiel pour la vie, essentiel pour l'économie.* " Stéphane Plaza a ensuite fait la liste de ces commerces dans lesquels chacun peut se rendre tandis que lui, ne peut pas effectuer son métier, qu'il juge essentiel.

Visuel indisponible
View this post on Instagram

A post shared by Stephaneplaza.off (@stephaneplaza.off) on Oct 31, 2020 at 6:18am PDT

Acheter du vin... mais pas de maison
Car si l'agent immobilier le plus gaffeur de France est colère, c'est pour **les nombreuses incohérences qui existent** actuellement dans le pays. On peut " *acheter du Vin chez Nicolas", "acheter des boutons dans une mercerie", "acheter des ustensiles de cuisine chez Boulanger ou à la FNAC* ", mais pas faire visiter des maisons. Voilà ce que dénonce clairement Stéphane Plaza. " *Je peux me rendre dans mon agence suivre vos dossiers mais je dois fermer mon agence et ne pas vous recevoir.* ***J'ai le droit d'estimer et de rentrer un mandat avec un particulier pour vendre son bien, mais interdit de la faire visiter*** *avec un acheteur..."* a-t-il noté sur Instagram.

Un coup de gueule, oui, mais Stéphane Plaza va tout de même respecter les annonces du gouvernement . " *Comme pour le premier confinement,* ***le réseau Stéphane Plaza Immobilier respectera à la lettre les consignes du gouvernement,*** " a-t-il conclu.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Reconfinement : vos commerçants sont là pour vous !

Avec le nouveau confinement en vigueur jusqu'au 1er décembre au moins, seuls les commerces de première nécessité, dont la liste a été complétée depuis le mois de mars, sont ouverts. Les commerçants chavillois s'organisent pour continuer leur activité, déjà fort impactée cette année. En magasin, en livraison ou en "click & collect" : mobilisons-nous pour nos commerçants !



Malgré tout le soin apporté à la réalisation de cette liste et sa mise à jour, les informations sont susceptibles d'évoluer en fonction des mesures sanitaires en vigueur. N'hésitez pas à signaler tout oubli ou erreur par courriel

Attestation de déplacement dérogatoire
Si vous sortez de chez vous afin d'effectuer des achats de première nécessité, n'oubliez pas de vous munir de l'attestation de déplacement dérogatoire, datée et signée.

Version imprimable
Version numérique
Liste des commerces ouverts à Chaville
Le marché de Chaville est ouvert : les mardi et jeudi, de 8h à 12h30, les samedi et dimanche, de 8h à 13h30. L'ensemble des commerçants de denrées alimentaires sont présents ; certains assurent des livraisons *(voir liste ci-dessous).*

Commerçants du marché qui peuvent assurer des livraisons

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



• **L'ATELIER DES COTEAUX**
Pâtisserie artisanale : commande au 07 61 30 04 15 ou par courriel

• **LE BOUCHER DE LA HALLE**
Michaël : 06 21 11 75 31

• **LE CHARCUTIER DE LA HALLE**
Eugénie : 06 13 73 68 26

• **LE FROMAGER DE LA HALLE**
Bruno : 06 20 44 49 96

• **LE POISSONNIER DE LA PLACE**
Contact : 06 13 29 76 51 et 06 42 51 60 06

• **LE PRIMEUR DE LA HALLE**
Sahbi : 06 63 22 77 71

• **LES TERRINES DE CHRISTOPHE**
Christophe : 06 87 07 04 55

Moyennes et grandes surfaces

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



• CASINO
Livraison via Internet
1811, avenue Roger Salengro
01 41 15 86 00
Ouvert du lundi au samedi de 8h à minuit, le dimanche de 8h à 20h

• DIAGONAL
93, avenue Roger Salengro
01 47 09 23 56
Ouvert du lundi au dimanche de 9h à 21h

• FRANPRIX
Livraison via Internet
855, avenue Roger Salengro
01 41 15 12 90
Ouvert du lundi au samedi de 8h30 à 20h, le dimanche de 9h30 à 13h30 et de 14h30 à 19h

• FRANPRIX
Livraison via Internet
37-41, rue de Jouy
01 47 09 61 75
Ouvert du lundi au dimanche de 8h à 20h

• MONOPRIX
Livraison via Internet
1383, avenue Roger Salengro
01 47 09 84 50 ou 0 800 05 8000
Ouvert du lundi au samedi de 8h à 21h, le dimanche de 9h à 19h30

Tous droits réservés à l'éditeur

• PICARD
Livraison via Internet
2093, avenue Roger Salengro
01 47 50 93 30
Ouvert du lundi au samedi de 9h à 20h, le dimanche de 9h à 12h45

Commerces alimentaires spécialisés
• ANIMALIS
403-429, avenue Roger Salengro
01 47 50 72 94
Ouvert du lundi au samedi de 10h à 19h



• BIOCOOP
559, avenue Roger Salengro
01 41 15 22 60
Ouvert le lundi de 14h30 à 19h30, du mardi au samedi de 10h à 19h30, de 9h à 9h30 pour les personnes âgées ou fragiles

• BOUCHERIE SAINT-HUBERT
2, rue du Pavé de Meudon
06 99 19 24 23
Ouvert du mardi au samedi de 8h30 à 12h30 et de 15h15 à 18h, le dimanche de 8h30 à 12h30

• LA FERME DE CHAVILLE
902, avenue Roger Salengro
01 47 09 56 94
Ouvert du mardi au jeudi de 8h30 à 20h, le vendredi de 8h30 à 12h30 et de 14h à 20h, le dimanche de 8h30 à 18h

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

• LA VIE CLAIRE
19-21, place du Marché
01 47 09 81 34
Ouvert du lundi au samedi de 9h30 à 20h, le dimanche de 9h30 à 13h

• LEONIDAS
1500, avenue Roger Salengro
01 47 50 00 47
Ouvert du mercredi au vendredi de 15h à 19h, le samedi de 10h à 12h30 et de 15h à 19h30, le dimanche de 10h à 12h
Vente en "click & collect" *(site en construction)*
Consultez la page Facebook de Leonidas Chaville pour des infos actualisées

• LES CHOCOLATIERS
63, rue Albert Perdreaux
01 47 50 25 78
Ouverture du mardi au samedi, de 10h à 18h
Plus d'infos sur Internet et via la e-boutique

• NATURALIA
Livraison via Internet
1477, avenue Roger Salengro
01 47 50 40 05
Ouvert du lundi au samedi de 9h à 20h, le dimanche de 9h à 12h45

• NATURE & CIE
1378, avenue Roger Salengro
01 47 50 89 07
Ouvert du lundi au samedi de 9h à 20h, le dimanche de 9h à 13h

• NICOLAS
Caviste
1, place du Marché
01 47 09 32 95
Ouvert du lundi au jeudi de 9h30 à 19h30, les vendredi et samedi de 10h30 à 20h, le dimanche de 10h à 13h

• PAUL LE BOUCHER
21, rue des Fontaines Marivel
01 47 50 02 99
Ouvert les mardi, mercredi, vendredi et samedi de 9h30 à 13h30 et de 15h30 à 19h30, les jeudi et dimanche de 9h30 à 13h

Primeurs et épiceries de quartier

Tous droits réservés à l'éditeur



• ÉPICERIE DE LA POINTE
2113, avenue Roger Salengro
01 47 09 24 30
Ouvert du mardi au dimanche de 8h30 à 23h

• EXO MARKET
743, avenue Roger Salengro
09 83 05 44 75
Ouvert du lundi au samedi de 9h30 à 21h

• LES JARDINS DE BERKANE
1162, avenue Roger Salengro
01 41 15 11 42
Ouvert du lundi au jeudi de 10h à 20h45, fermé le vendredi, les samedi et dimanche de 10h à 20h45

• LES PETITS MARAÎCHERS
1945, avenue Roger Salengro
09 81 46 85 63
Ouvert du mardi au vendredi de 8h30 à 12h30 et de 15h30 à 19h, le samedi de 8h à 19h

• RAPID MARKET
Livraison dans le quartier uniquementhh
13, rue de Jouy
01 47 50 93 37
Ouvert du lundi au dimanche de 8h30 à 22h30, fermé le mercredi

Boulangeries

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



• À LA POINTE DE CHAVILLE
2061, avenue Roger Salengro
01 47 50 17 54
Ouvert du lundi au vendredi de 7h à 14h et de 15h30 à 20h, le samedi de 7h à 20h, le dimanche de 7h30 à 14h, fermé le jeudi

• BOULANGERIE AZEROUAL
512, avenue Roger Salengro
01 47 50 42 25
Ouvert de 7h à 20h30, fermé le mercredi

• BOULANGERIE GL
7, place du Marché
01 47 09 21 67
Ouvert du lundi au dimanche de 7h à 19h30, fermé le mercredi

• OLIVIER LE BOULANGER
1520, avenue Roger Salengro
01 47 50 18 71
Ouvert du mardi au samedi de 7h à 20h

• MAISON PERRIER
35, rue de Jouy
01 47 50 42 63
Ouvert du mardi au samedi de 7h à 19h30, le dimanche de 7h à 13h30

Commerces non alimentaires

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Commerces ouverts et/ ou en click and collect

Thématique	commerce	adresse	téléphone	ouverture	click & collect
Ameublement, déco	Les Idées Claires	4, rue Anatole France	09 84 11 37 05 06 84 01 13 63	-	Contacter le magasin au 06 84 01 13 63
Automobile	Centre de contrôle technique	1892, avenue Roger Salengro	01 47 50 23 82	Du lundi au vendredi de 9h à 18h Samedi de 9h à 17h	
	Garage Barros	6, rue Guilleminot	01 47 50 52 16	*Non précisés*	-
	Garage France entreprise auto	2080, avenue Roger Salengro	01 70 19 52 41	Du lundi au vendredi de 10h à 13h et de 14h à 19h, Samedi de 10h à 13h	
	Midas	1969, avenue Roger Salengro	01 47 50 16 16	Du lundi au vendredi de 8h à 18h Samedi de 8h à 16h	
	Station Total	484, avenue Roger Salengro	01 41 15 94 00	Du lundi au vendredi de 6h à 22h Samedi et dimanche de 8h à 22h	
Beauté, bien-être	Nocibé	1545, avenue Roger Salengro	01 47 50 34 65	-	Site Internet
Cigarette électronique	Sonrisa	705, avenue Roger Salengro	09 83 64 54 08	Lundi de 13h à 19h30 Du mardi au samedi de 10h à 19h30	-
Fleuriste, Jardins	Chaville Jardins	26, rue Anatole France	01 47 50 78 30	Du mardi au samedi de 9h à 12h et de 14h à 18h	Contacter le magasin au 01 47 50 78 30

Tous droits réservés à l'éditeur

Commerces ouverts et/ ou en click and collect					
	Mai en Septembre	2, rue Anatole France	01 47 50 88 73	-	Contacter le magasin au 01 47 50 88 73
Hôtel	Hôtel Campanile	1, parvis Robert Schuman	01 47 50 63 00		-
Imprimeur	Polygraph Impression	155, avenue Roger Salengro	01 47 50 41 85	-	Site Fairemescourses.fr
Informatique	Seya Informatique	5, parvis Robert Schuman	01 41 15 00 08	Du lundi au vendredi de 10h à 12h10 et de 14h à 19h	
Librairie, Papeterie, Presse	La Pointe Presse	1945, avenue Roger Salengro	01 47 50 91 73	Du lundi au samedi de 7h0 à 12h30 et de 15h à 19h	Site Fairemescourses.fr et par courriel
Librairie, Papeterie, Presse, Tabac	Le Muguet	1494, avenue Roger Salengro	09 51 17 71 57	Du lundi au vendredi de 7h30 à 13h et de 15h30 à 19h30 Samedi 8h30 à 13h et de 15h à 19h	
Opticien, Audioprothésiste	Les Audio-opticiennes	704, avenue Roger Salengro	01 47 09 55 40	Du lundi au jeudi de 10h à 18h Vendredi de 10h à 16h30	
	Chaville Optique	33, rue de Jouy	01 47 50 60 35	Du mardi au samedi de 9h30 à 12h30 et de 14h30 à 19h	
	Optic Duroc	611, avenue Roger Salengro	01 47 09 27 40	Du mardi au vendredi de 10h à 13h30 et de 14h30 à 19h Samedi de 10h à 13h30 et de 14h30 à 19h30	
Photo	Photo Guérin	33, rue de Jouy	01 47 09 65 11	Mardi, mercredi et samedi de 10h à	Site Fairemescourses.fr

Tous droits réservés à l'éditeur

Commerces ouverts et/ ou en click and collect				
				13h et de 14h30 à 18h
Pompes funèbres	PFG	1366, avenue Roger Salengro	01 47 50 50 66	Du lundi au vendredi de 9h à 12h et de 14h à 18h Samedi de 9h à 12h30
	Pompes funèbres Vidal	28 bis, rue Anatole France	01 47 50 41 06	Du lundi au vendredi de 9h à 12h et de 13h à 18h
Pressing	Pressing Arm Net	1956, avenue Roger Salengro	01 47 50 82 50	Lundi de 14h à 19h Du mardi au samedi de 8h à 19h
Quincaillerie	Aux Mille Services	2237, avenue Roger Salengro	01 47 50 48 93	Du mardi au vendredi de 9h30 à 13h et de 15h à 19h30 Samedi de 9h30 à 19h Dimanche de 9h30 à 13h
Tabac	Tabac de la Pointe	1989, avenue Roger Salengro	-	Du lundi au vendredi de 7h à 20h Samedi de 8h à 20h Dimanche de 8h à 14h
Traiteur	Aymé Traiteur	1 bis, rue de la Passerelle	01 47 09 10 10	- Site Internet

Restaurants en livraison ou à emporter

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Les restaurateurs chavillois vous régalent

RESTAURANT	ADRESSE	TÉLÉPHONE	OUVERTURE	LIVRAISON	vente à emporter
Bollywood	204, avenue Roger Salengro	09 53 89 86 22	Du lundi au dimanche, de 11h30 à 15h et 18h30 à 21h	Directement par le restaurant ou via Uber Eats	Oui
Fresh Food	902, avenue Roger Salengro	01 47 50 60 45	Du lundi au dimanche, de 11h à 22h	Via Uber Eats et Deliveroo	Oui
Kim Yang	536, avenue Roger Salengro	01 41 15 01 30	*Informations non communiquées à ce jour*	*Informations non communiquées à ce jour*	*Informations non communiquées à ce jour*
La Familia Pizzeria Fast Food	22, rue de la Fontaine Henri IV	01 47 09 80 00	Du mardi au dimanche, de 11h à 21h. Livraison jusqu'à 23h	Via Uber Eats, Deliveroo et Just Eat	Oui
La Scampia	667, avenue Roger Salengro	01 70 68 34 59	Du lundi au dimanche midi	Via Uber Eats	Oui
Le Latino	1119, avenue Roger Salengro	01 47 50 59 98	Du lundi au samedi, de 11h à 21h	Via Uber Eats	Oui
Le Lotus d'or	1114, avenue Roger Salengro	01 47 50 73 45 07 81 69 94 87	Du mardi au-dimanche en continu jusqu'à 21h		Oui
Le Nova Klub	50, rue Alexis Maneyrol	01 47 09 10 99	Du lundi au dimanche, de 11h30 à 15h et de 18h30 à 21h. Fermé le dimanche et le lundi soir	Directement par le restaurant	Oui
Le Palais d'Ali Baba	1730, avenue Roger Salengro	09 83 26 98 47	Du lundi au dimanche, de 11h30 à 15h et de 18h30 à 21h. Fermé le mercredi soir	Via Uber Eats et Deliveroo	Oui
Le Palais du Maharajah	2049, avenue Roger Salengro	01 47 50 53 71 06 09 67 86 59	Du mardi au-dimanche, de 11h30 à 15h et de 18h30 à 21h		Oui

Tous droits réservés à l'éditeur

Les restaurateurs chavillois vous régalent

New Shangaï	1372, avenue Roger Salengro	01 47 50 54 09	Du lundi au-dimanche, de 11h30 à 21h		Oui
San Marco	1764, avenue Roger Salengro	01 47 09 18 68	Du mardi au-dimanche, de 11h30 à 14h15 et de 18h30 à 21h		Oui
Tilleli's Coffee	783, avenue Roger Salengro	01 41 15 23 13	Du lundi au samedi, uniquement le midi	Via Uber Eats	Oui
Village Bonheur	27, rue de Jouy	01 47 09 01 22	Du mardi au-dimanche, de 11h30 à 15h et de 18h30 à 21h		Oui
Yamada 8	585, avenue Roger Salengro	01 47 50 16 87	Du lundi au samedi. Fermé le dimanche midi	Directement par le restaurant, via Uber Eats et Deliveroo	Oui

Du côté des food trucks

Les food trucks présents à Chaville

FOOD TRUCK	JOUR ET PRÉSENCE	HORAIRE	DEEMPLACEMENT
Banh mi & me (spécialités vietnamiennes)	Vendredi soir		Sur la place du Marché
Le Camtar (cuisine du monde, à la française et flexitarienne)	Mercredi, de 17h30 à 21h		Sur la place du Marché
Les Crêpes à Maman	Mercredi, la journée		Sur la place du Marché
Lucky Tacos	Jeudi soir		Sur la place du Marché
Truck pizza	Jeudi, de 16h à 20h		Sur le parvis de la gare Rive droite
Woody's wood pizza	Mardi et vendredi, de 17h à 21h		À la Pointe de Chaville
Woody's wood pizza	Samedi et dimanche, de 17h à 21h		Sur la place du Marché

Précédent
Retour à la liste
Suivant
Informations coronavirus
Le site de référence
La plateforme téléphonique
0 800 130 000 (appel gratuit)

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Attestation de déplacement
Télécharger la version imprimable
Générer l'attestation en ligne

Retour en haut de la page

Lettre d'information

Tous droits réservés à l'éditeur

Midi Libre

Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 130065





Date : 06 novembre 2020
Page de l'article : p.2
Journaliste : Fabien Arnaud

Vente d'alcool : le préfet fixe la limite à 19 h

COMMERCE

Dans le cadre des mesures anti-Covid-19, la vente de boissons alcoolisées est désormais interdite après 19 h. Objectif : empêcher les rassemblements et les débordements.

Fabien Arnaud
farnaud@midilibre.com

À Montpellier et dans tout le département, plus question d'acheter de l'alcool après 19 h. Mesure prise mercredi par le préfet, dans le cadre des dispositions anti-Covid-19 et imposée aux grandes surfaces comme aux cavistes. Objectifs : *« empêcher les regroupements, les festivités, ainsi que les violences intrafamiliales, dont on avait constaté une hausse durant le premier confinement »*, indique la préfecture. L'Hérault adopte ainsi une réglementation particulièrement restrictive. À Toulouse, la vente d'alcool est possible jusqu'à 20 h, dans l'Aude, 21 h et dans le Gard, minuit.

Ces derniers jours, plusieurs textes préfectoraux visant la vente d'alcool se sont succédé. Le 24 octobre, l'heure limite était portée à 20 h (hors restaurants). Puis, le 30 octobre, à l'annonce du reconfinement, à 18 h. Mercredi, enfin, le cadre était fixé à 19 h. De quoi s'y perdre un peu. *« La chambre de commerce fait le relais avec les professionnels »*, assure la préfecture.

Un achat de fin de journée

Ces ajustements d'horaires ne sont pas négligeables pour les cavistes, qui réalisent une part importante de leurs ventes en fin de journée. *« 45 % de notre chiffre d'affaires se fait entre 17 h et 19 h »*, indique Florent Maillard, au magasin Nicolas, près du boulevard de l'Observatoire. Le maintien de la fermeture à 18 h aurait représenté un fort manque à gagner. Place de la Canourgue, l'Atelier des vins ferme habituellement à 19 h 30. Le gérant Emmanuel Bray confirme : *« C'est une tranche horaire importante. Les clients viennent après le travail. »* La mesure prise dans l'Hérault a d'ailleurs suscité la réaction du syndicat des cavistes professionnels.





Florent Maillard (Nicolas) et Emmanuel Bray (l'Atelier des vins). R.D.H.

Pendant le confinement, le vin en tant qu'achat-plaisir est une réalité pour certains consommateurs qui se tournent vers des produits plus qualitatifs. *« Ces derniers jours, dans notre magasin, le prix moyen par bouteille achetée a augmenté de 13 %,* constate le gérant de la boutique Nicolas. *La vente de vins locaux, en particulier, a été démultipliée. » « Nous avions observé le même phénomène lors du déconfinement au printemps dernier »*, note Emmanuel Bray, à l'Atelier des vins.

Épiceries de nuit : fermeture à 21 h

RESTRICTION

Désormais, les commerces qui pratiquent la vente de boissons et les épiceries de nuit doivent cesser leur activité à 21 h, y compris la livraison et la vente à emporter. Un arrêté préfectoral du 30 octobre dernier suspend en effet la dérogation qui leur avait été accordée en 2016 pour exercer de jour comme de nuit.

Tous droits réservés à l'éditeur

L'OBS

Date : 08/11/2020
Heure : 09:03:03
Journaliste : Stéphane Mazurier

www.nouvelobs.com
Pays : France
Dynamisme : 79

Visualiser l'article

Un bal tragique : le jour où « Charlie Hebdo » est né

RECIT. Il y a cinquante ans, en novembre 1970, le fameux journal satirique naissait à la suite de la disparition du Général de Gaulle. L'historien Stéphane Mazurier, auteur d'une somme sur « Charlie Hebdo », raconte comment.

Visuel indisponible

Le premier numéro de « Charlie Hebdo », et le dernier de « L'Hebdo Hara-Kiri », parus en novembre 1970. (FRANCOIS GUILLOT / AFP)

À quoi Georges Bernier peut-il bien penser en ce matin du mardi 10 novembre 1970, quand il se rend rue de Flandre ? À quoi peut bien penser cet homme de 40 ans, dont la vie épaisse l'a mené de son village d'Aubréville, dans la Meuse, aux rizières d'Indochine, où il s'engagea à la fin des années 1940, répondant à l'appel d'une armée française en manque de soldats pour défendre cette vieille colonie d'Extrême-Orient ? Peut-il un instant s'imaginer que, dans les heures et les jours à venir, un bal tragique bouleversera son histoire personnelle, mais aussi l'histoire de la presse française et finalement l'histoire de France tout court ? Peut-il envisager que la mort d'un vieux général entraînera la naissance d'un nouveau journal, « Charlie Hebdo » ?

En ce matin du 10 novembre 1970, Georges Bernier pense plutôt, encore et toujours, à « Hara-Kiri », ce mensuel « bête et méchant », qu'il cofonda il y a dix ans avec Cavanna. Bernier rencontra François Cavanna en 1954 à la rédaction d'un petit journal, « Zéro », qui ne se vendait que par colportage et qui était la propriété d'un certain Jean Novi. Bernier, formidable meneur d'hommes, en était le directeur des ventes et Cavanna le rédacteur en chef. Ce fils de Rital, envoyé en Allemagne dans le cadre du STO pendant la Seconde Guerre mondiale, fut d'abord un dessinateur de presse, admirateur de Dubout, Bosc, Chaval, mais aussi du journal satirique américain « Mad ». Bernier songe souvent à ce jour de 1960 où Cavanna et quelques-uns de ses amis dessinateurs, dont Fred, lui proposèrent de prendre la direction d'un nouveau journal, et donc de quitter « Zéro » – devenu entre-temps « Les Cordées ». Ainsi fut créé « Hara-Kiri », titre imaginé par Cavanna.

« Lorsque Bretécher venait à "l'Obs", les autres journalistes étaient intimidés »

« Bête et méchant », comme la civilisation moderne

Depuis dix ans, le « journal bête et méchant » s'emploie à révolutionner l'humour, à en finir avec l'ancien régime des blagues à la papa, des maris cocus et des amants dans le placard. Depuis dix ans, « Hara-Kiri » s'enorgueillit de rire de tout, même et surtout du tragique, de se moquer joyeusement de la société de consommation comme de la société puritaine. L'humour ne saurait être que « bête et méchant », précisément parce que la civilisation moderne est elle-même « bête et méchante ». Autour de Cavanna, le rédacteur en chef, et de Bernier, le directeur de la publication, se sont rassemblés, au cours de la décennie soixante, de talentueux dessinateurs, dont « Hara-Kiri » a peu à peu forgé la renommée.

Reiser, le plus jeune, avait déjà placé quelques dessins dans « Cordées », quand il n'avait que seize ans et était garçon de course chez les vins Nicolas. Issu d'un milieu très populaire, Reiser peut se définir comme un autodidacte du dessin, à la différence des quatre géants qui rallièrent « Hara-Kiri » dès ses premiers numéros : Gébé, Cabu, Wolinski et Topor. Gébé, de son vrai nom Georges Blondeaux, n'a certes reçu qu'une formation de dessinateur industriel, mais il commençait à placer quelques planches dans « Ici-Paris » ou « Paris-Match » quand il poussa la porte de la rédaction. Jean Cabut, qui dessinait probablement avant de savoir marcher, avait suivi des cours à la fameuse école Estienne.

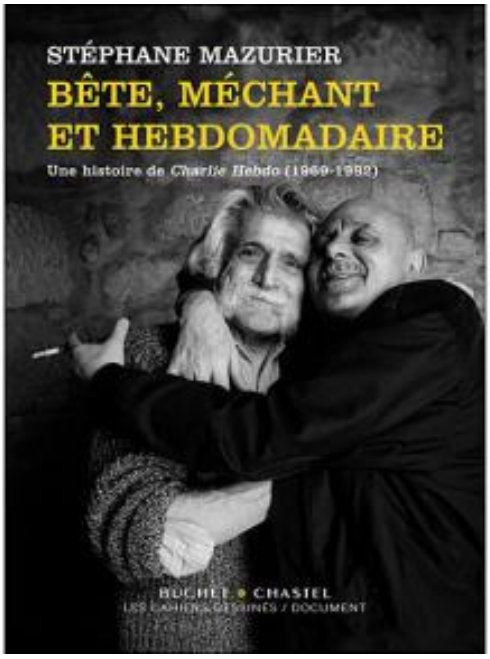
Tous droits réservés à l'éditeur

L'OBS

Date : 08/11/2020
Heure : 09:03:03
Journaliste : Stéphane Mazurier

www.nouvelobs.com
Pays : France
Dynamisme : 79

Visualiser l'article



« Bête, méchant et hebdomadaire : une histoire de 'Charlie Hebdo' (1969-1982) », par Stéphane Mazurier (Buchet Chastel / Les Cahiers Dessinés).

Tous droits réservés à l'éditeur

VAR MATIN
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 66757



Date : 11 novembre 2020

GRIMAUD

Plusieurs enseignes accessibles

Les commerces « utiles » suivants restent ouverts : les boulangeries La Fournée Grimaudoise (uniquement le matin), Borea, Saines saveurs, La Provençale, Paul et La Tarte tropézienne.
La Halle de Grimaud, Intermarché, épicerie Vival, supermarché Utile.
Le tabac, loto, presse village, le bar tabac le Passage, le caviste Nicolas, Car Go Locations, la pépinière Jardinerie Pierre Basset, la jardinerie décoration animalerie Ediosmo, Villaverde Rocchietta, la pépinière Plantarium.
Mais aussi les forains alimentaires du marché du jeudi matin.



Plusieurs commerces s'adaptent au confinement et le marché alimentaire reste ouvert. (Photo D.R.)

Côté restauration, la trattoria Pizzeria Saint-Joseph (à emporter ou par livraison (Facebook), la Caravelle (à emporter et par livraison (jai-faim.com), Apopino (à emporter (Facebook), Maracanã Pizzeria Port-Grimaud (à emporter - Facebook), La fontaine (à emporter - www.lafontaine-grimaud.fr), le bistrot du coin (à emporter, Facebook).
D'autres commerçants se sont adaptés au confinement : Chacha (Instagram - Tél. : 06 47 67 37 20), Little Boki shop (retrait sur place ou livraison, Instagram), Nouveau Décoration (livraison à domicile, lenouveaudecoration.fr), atelier S (Facebook), un autre regard (retrait sur place, Facebook), By Natacha (retrait sur place, livraison à domicile, Facebook), Un monde nomade (retrait, livraison ou envoi - http://www.un-monde-nomade.com ou 06.77.06.46.38).

Tous droits réservés à l'éditeur

www.tele-monaco.mc
Pays : France
Dynamisme : 4

Visualiser l'article

Made in Monaco - Monaco - Art & Culture - Télé Monaco

Visuels indisponibles

Des cosmétiques aux bijoux, en passant par les liqueurs, les machines à café ou les huîtres, la Principauté abrite encore de nombreux fabricants. Petit tour d'horizon...

> Bettimask anti-Covid
Comme beaucoup, la société monégasque Bettina, spécialiste des articles de maille à destination des grandes maisons françaises de luxe, a développé une nouvelle activité durant la crise sanitaire : les masques anti-Covid. Soixante-six ans après la création de la maison par Bettina Graziani, les 168 salariés sont désormais installés sur les hauteurs de la Condamine et la société a usé de sa créativité et de ses compétences pour participer à l'effort de fabrication des masques grand public. Ainsi naît Bettimask, masque en maille, lavable à cinq reprises. Depuis, les machines tournent à plein pour sortir un masque lavable 75 fois - unique sur le marché -, ergonomique, capable de filtrer à 93% les particules de trois micromètres, décliné en neuf tailles et trois couleurs.
www.bettimask.fr

> Asepta de la tête aux pieds !
Fabricants et distributeurs de produits dermo-cosmétiques, les laboratoires Asepta poursuivent leur activité à Monaco (Fontvieille) depuis plus de 75 ans. Conçus et fabriqués entièrement en Principauté de Monaco, les produits Asepta bénéficient des plus récents progrès de la cosmétologie. Le centre de Recherche et Développement et la politique soutenue de Qualité et d'Innovation ont permis de créer avec succès en France et à l'International les gammes : "Akiléine" pour les soins podologiques, "Coup d'Eclat" pour le visage, "D'Ame Nature" pour les soins naturels, "Ecrinal" pour les ongles, cheveux ou cils et "Vita Citral" pour les soins des mains et des lèvres. Aujourd'hui, Akiléine® est la gamme leader des soins podologiques en France.
www.asepta.com

> Coty-Lancaster au service du soleil...
A première vue, rien n'indique que derrière les murs d'un immeuble de bureaux classique se cache une usine de cosmétiques du groupe américain Coty. Mais à Monaco, rien ne se fait comme ailleurs. Le géant de la beauté - qui compte 10 usines à travers le monde - y possède toujours un pôle de fabrication, ainsi qu'un centre de recherche et développement. Un héritage de la marque Lancaster, fondée en 1946 sur le Rocher et rattachée au groupe américain en 1996 : 95 % des produits Lancaster sont fabriqués sur le site de Monaco. Le site fabrique près de 50 millions d'articles chaque année (crèmes, gels douche, déodorants…) dont la grande majorité des produits Lancaster, marque spécialisée dans la protection solaire et le skincare, mais aussi des cosmétiques Rimmel et des soins accompagnant les parfums Chloé, Marc Jacobs ou Calvin Klein.

> Conti : l'excellence au café
Créée en 1950 Quai Conti à Paris, la société Sacome devient Sacome-Conti en s'installant sur le port de Monaco en 1956, et depuis 2003 à Fontvieille. Fabriquant de machines à café professionnelles pour l'hotellerie restauration, Conti innove dans les produits avec un rapport qualité-prix performant sur le marché. Avec ses machines classiques, machines automatiques ou machines à doses professionnelles ou familiales, mais aussi ses accessoires pour barista, Conti exporte désormais plus de 70% de sa production sur tous les continents.
www.conti-espresso.com

> L'Orangerie de la Condamine

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

La Principauté compte 600 bigaradiers sur son territoire : le monégasque Philip Culazzo en a tiré une liqueur, produite à la Condamine grâce aux zestes d'oranges amères, qu'il commercialise depuis 3 ans. Son nom ? L'Orangerie, que l'on retrouve sur les tables des hôtels de la SBM, mais aussi sur celles du Métropole, du Yacht Club, de l'Automobile Club et des Grands Chais Monégasques. Les caves Nicolas du sud de la France et le "duty free" de l'aéroport de Nice le proposent également à leurs clients. Elle est même exportée à Singapour, au Japon et à Macao ! Ce produit qui inspire les barmans peut être servi en cocktail, mais aussi en apéritif ou en digestif.
www.orangerie.mc

> Les Perles de Monte Carlo
Les amateurs de fruits de mer se retrouvent au bout de la digue de Fontvieille, aux Perles de Monte-Carlo où Brice Cachia et Fréderic Rouxeville, deux biologistes de formation, se sont lancés en 2011 dans l'affinage de produits marins. Ils fournissent notamment en huîtres affinées sur place de nombreuses tables de la Principauté et permettent aussi à la clientèle de les déguster sur place aux "Perles de Monte Carlo"
Quai Jean-Charles Rey - à Monaco - Tél. : 97 77 84 31 - www.perlesdemontecarlo.com

> Les jus bio de Moco
Moco à Monaco, ce sont des jus de fruits et de légumes bio de grande qualité énergétique. "Betterave, pomme, gingembre, aloe vera, citron", "carotte, pomme, gingembre, citron et turmeric" ou "ananas", pomme, citron, gingembre et turmeric", voilà les best-sellers de la maison. "Nous avons d'abord commencé par importer des noix de coco Nam Hom de Thaïlande. Cela a rapidement créé un marché pour les produits sains, ce qui nous a naturellement conduit à faire des jus biologiques pressés à froid. Cela fait maintenant un an que nous travaillons avec les supermarchés, les hôtels de luxe, les bateaux et les livraisons à domicile assure le créateur de Moco, Albert Nahas. "Nous avons commencé à distribuer nos produits dans d'autres pays européens et veillerons à ce que notre présence en France devienne encore plus importante".
www.mocosociety.com

> APM Monaco
Contraction du prénom et du nom de la fondatrice, Ariane Prette, la marque APM Monaco a été créée en 1982 en tant que fabricant de pièces et bijoux destinées à des maisons renommées dans l'industrie de la bijouterie. La famille Prette décide, en 2011 de se lancer dans l'aventure de la création de bijoux modernes et tendances, en marque propre. Avec son intérêt et sa passion pour la création, ainsi que ses valeurs pour les traditions familiales, il était évident que Kika, la belle-fille d'Ariane Prette, prenne les rênes et s'occupe des aspects créatifs d'APM Monaco. Inspirés du style personnel de Kika, les designs APM sont modernes et minimalistes, avec un look chic et tendance qui permet aux femmes de créer leur propre style sans effort.
www.apm.mc

Tous droits réservés à l'éditeur

l'union

Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 94689





Date : 18 novembre 2020
Page de l'article : p.15
Journaliste : AMÉLIE GIRARD ET GUILLAUME DECOURT

CHARLEVILLE-MÉZIÈRES

VRAI/FAUX

UN CONFINEMENT DIFFÉRENT SELON LES COMMERCES

CHARLEVILLE-MÉZIÈRES Qui est "essentiel" ? Qui ne l'est pas ? La question est un véritable casse-tête pour les clients qui souvent se perdent au milieu de ce schisme commerçant.



Dans la boutique Clopinette, certains clients ont fait des réserves avant le début du deuxième confinement alors que le commerce est toujours ouvert.

Tous droits réservés à l'éditeur

l'union

Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 94689

Date : 18 novembre 2020
Page de l'article : p.15
Journaliste : AMÉLIE GIRARD ET GUILLAUME DECOURT

L'ESSENTIEL

- **Le 28 octobre,** le président de la République annonce que tout le territoire est à nouveau soumis à un confinement, pour lutter contre l'épidémie de Covid-19.
- **Depuis le 30 octobre,** les commerces dits « non essentiels » sont contraints de baisser le rideau. Les autres, classés « essentiels », peuvent ouvrir.

AMÉLIE GIRARD ET GUILLAUME DECOURT

N°1
EN SUPERMARCHÉ, JE NE PEUX PLUS ACHETER DE VÊTEMENTS

FAUX Devant la fronde des petits commerces, le gouvernement rectifie le tir quelques jours après l'annonce du reconfinement : la vente de produits « non-essentiels » est interdite dans les supermarchés. Mais les articles de puériculture, y compris les habits pour les bébés, peuvent toujours être vendus. Les sous-vêtements, non. Pourtant, au Carrefour de la Croisette, ces rayons n'ont été rubalisés que dernièrement. « *On fait ce qu'on nous dit de faire, mais on n'y comprend rien* », admettent deux salariées. Ça tombe bien, les clients non plus.

N°2
LES BOUTIQUES DE CIGARETTES ÉLECTRONIQUES SONT OUVERTES

VRAI Au même titre que les buralistes, les magasins spécialisés dans les articles de cigarettes électroniques restent ouverts. « *Pendant le premier confinement, j'ai fermé la première semaine puis j'ai rouvert car, en fait, j'y étais autorisé...* », explique Olivier Crapet, gérant de Vapeur de Rimbaud. « *Avant le second confinement, des clients ont fait des stocks,* poursuit Mylène Pierard de la boutique Clopinette. *On a été dévalisé alors qu'on rassurait les clients en leur disant qu'on allait rester ouvert.* »

Tous droits réservés à l'éditeur

l'union

Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 94689

Date : 18 novembre 2020
Page de l'article : p.15
Journaliste : AMÉLIE GIRARD ET GUILLAUME DECOURT

N°3
LES LIVRES ESSENTIELS, PAS L'ALCOOL

FAUX. C'est même l'inverse. Rue de la République, quand la librairie Rimbaud doit se résoudre au *click and collect*, le caviste Nicolas, lui, est ouvert. Techniquement, « *nous sommes un commerce alimentaire en magasin spécialisé* », indique la gérante. Qu'importe que ce soit du vin. Si l'ouverture des caves peut sembler être une surprise, ça ne l'est pas pour les principaux intéressés. « *On était déjà ouvert lors du premier confinement*, rappelle-t-elle. *Mais bon, y'a moins de gens dans les rues, donc ce n'est pas simple pour nous non plus.* » Malgré le reconfinement, les Ardennais ne noient pas leur morosité dans l'alcool ?

N°4
PRESSINGS, CORDONNIERS, MERCERIES SONT ESSENTIELS

VRAI Les clients ne le savent peut-être pas, mais les pressings, comme les merceries, sont des commerces essentiels. « *J'ai mis des affichettes en vitrine, certains pensent qu'on est fermé. On essaie de prévenir nos clients qu'on est ouvert, même si on a réduit un peu nos horaires d'ouverture* », précise Jean-Yves Suitte, gérant du Pressing Ducal. Rue Bourbon, la cordonnerie aussi reste ouverte, bien qu'elle n'ouvre que deux jours par semaine, faute d'une activité débordante.

Tous droits réservés à l'éditeur

Ce n'est pas moi qui vais vilipender **les vins de Nicolas**, pensez-donc, dans ma vie j'ai embouteillé du **Vieux Papes, du Préfontaines**..., en litre étoilé syndical, que je livrais aux petits épiciers parisiens, certains en gardent encore les stigmates sur leur vitrine, je livrais aussi, comme Nicolas, des GCC de notre filiale des Chartrons : **Cruse**, nous avons même à la SVF été des défricheurs de la GD : ha, le **Carrefour de Ponteau-Combault**, en résumé je suis marqué par le péché originel : avoir vendu du vin popu... J'ai bien connu **Pierre Castel**, **Joseph Helfrich**, **Jean-Claude Boisset**, les parrains du vin, un temps je fus dans les petits papiers du grand Gégé de Narbonne avant qu'il ne fâcha, bref, je ne suis pas un perdreau de l'année mais plutôt un vieux cheval de retour.

Je n'ai rien à cacher mais aussi rien à conseiller, mon passé vendéen me fait fuir comme la peste les prosélytes, les prêcheurs, les détenteurs de vérités révélés…

Un souvenir pour l'illustrer l'amour que me portent les bien-pensants, lorsque mon fichu rapport devint, comme on le dit maintenant, viral sur l'Internet naissant (il avait mis en ligne par le conseiller technique de Glavany, le dénommé Vinçon, un groupe genre LPV déclara : **comment un type qui a vendu du Vieux Papes pourrait-il être crédible ?** C'était il y a 20 ans, c'était déjà bonjour l'ambiance de convivialité dans le monde du vin.

C'est écrit, j'ai placé mes mots là où il le faut, ça m'a valu en son temps de me faire mettre au placard par les maîtres de la vigne France, encore un Jacques, ce fichu prénom me poursuit, je n'en tire aucune gloire, me contentant de batifoler sur mon espace de liberté où je ne pratique pas la monoculture du vin, ça m'évite à mon grand âge de radoter, de ratiociner, de passer mon temps sur Twitter à étriper mes adversaires ou à lire les leçons de certains naturistes sur Face de Bouc.

Tous droits réservés à l'éditeur

L'Ardennais

Date : 17/11/2020
Heure : 19:48:49
Journaliste : Amélie Girard/Guillaume Decourt

www.lardennais.fr
Pays : France
Dynamisme : 119

Visualiser l'article

Charleville-Mézières: un confinement différent selon les commerces

Qui est « essentiel »? Qui ne l'est pas ? La question est un véritable casse-tête pour les clients qui souvent se perdent au milieu de ce schisme commerçant.

Le 28 octobre, le président de la République annonce que tout le territoire est à nouveau soumis à un confinement, pour lutter contre l'épidémie de Covid-19. Depuis le 30 octobre, les commerces dits « non essentiels » sont contraints de baisser le rideau. Les autres, classés « essentiels », peuvent ouvrir.

1) En supermarché, je ne peux plus acheter de vêtements : faux

Devant la fronde des petits commerces, le gouvernement rectifie le tir quelques jours après l'annonce du reconfinement : la vente de produits « non-essentiels » est interdite dans les supermarchés. Mais les articles de puériculture, y compris les habits pour les bébés, peuvent toujours être vendus. Les sous-vêtements, non. Pourtant, au Carrefour de la Croisette, ces rayons n'ont été rubalisés que dernièrement. « On fait ce qu'on nous dit de faire, mais on n'y comprend rien », admettent deux salariées. Ça tombe bien, les clients non plus.

2) Les boutiques de cigarettes électroniques sont ouvertes : vrai

Au même titre que les buralistes, les magasins spécialisés dans les articles de cigarettes électroniques restent ouverts. « Pendant le premier confinement, j'ai fermé la première semaine puis j'ai rouvert car, en fait, j'y étais autorisé... », explique Olivier Crapet, gérant de Vapeur de Rimbaud. « Avant le second confinement, des clients ont fait des stocks, poursuit Mylène Pierard de la boutique Clopinette. On a été dévalisé alors qu'on rassurait les clients en leur disant qu'on allait rester ouvert. »

3) Les livres essentiels, pas l'alcool : faux

C'est même l'inverse. Rue de la République, quand la librairie Rimbaud doit se résoudre au click and collect, le caviste Nicolas, lui, est ouvert. Techniquement, « nous sommes un commerce alimentaire en magasin spécialisé », indique la gérante. Qu'importe que ce soit du vin. Si l'ouverture des caves peut sembler être une surprise, ça ne l'est pas pour les principaux intéressés. « On était déjà ouvert lors du premier confinement, rappelle-t-elle. Mais bon, y'a moins de gens dans les rues, donc ce n'est pas simple pour nous non plus. » Malgré le reconfinement, les Ardennais ne noient pas leur morosité dans l'alcool ?

4) Pressings, cordonniers, merceries sont essentiels : vrai

Les clients ne le savent peut-être pas, mais les pressings, comme les merceries, sont des commerces essentiels. « J'ai mis des affichettes en vitrine, certains pensent qu'on est fermé. On essaie de prévenir nos clients qu'on est ouvert, même si on a réduit un peu nos horaires d'ouverture », précise Jean-Yves Suitte, gérant du Pressing Ducal. Rue Bourbon, la cordonnerie aussi reste ouverte, bien qu'elle n'ouvre que deux jours par semaine, faute d'une activité débordante.

0g7JJaAabpuWiPGiyRkksyCGo4UzffDdmopSulbUe5qqDN_Plv8P1d6g9S-XBsrqJRN-fYWLkyDlLnnCwpcEKyQZTVj

Tous droits réservés à l'éditeur

L'Auvergnat de Paris
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.6-9
Journaliste : JEAN-MICHEL DÉHAIS



BIÈRE ARTISANALE

Paris terre brassicole

En cinq ans, des marques de craft beers brassées localement se sont imposées en Île-de-France. Cafés et restaurants se sont emparés de cet engouement pour diversifier leur offre de bières. Ce marché en voie de structuration devrait rapidement permettre à quelques-uns de ces nouveaux brasseurs de se détacher et d'occuper une position de force.

Le Rigal de la bière 2020 qui référence 1 710 brasseries en France compte 23 acteurs sur la capitale et près d'une centaine en Île-de-France. L'essor général du marché des *craft beers* n'a pas épargné la capitale. En cinq ans, de nombreuses marques ont connu un développement soutenu et les volumes produits ne sont plus marginaux. Il faut, bien sûr, mentionner les pionniers comme O'Neil ou Frogs qui ont développé depuis près de trente ans des microbrasseries destinées à alimenter les bars auxquels elles étaient accolées. Mais pour écouler sa production, la nouvelle génération mise sur le réseau CHR, les cavistes, mais aussi la grande distribution, revenant ainsi à un pur métier de brasseur. Aujourd'hui, une dizaine de noms ont émergé affichant une production supérieure à 5 000 hl par an. D'autres investissent pour rejoindre ce peloton.

Certains, enfin, préfèrent conserver une dimension plus artisanale et locale. Mais globalement, le marché se structure et investit dans des installations plus vastes et modernes. En raison du prix de l'immobilier, certains quittent Paris pour s'installer à l'est, dans les secteurs de Pantin (Seine-Saint-Denis) ou de Sucy-en-Brie (Val-de-Marne) actuellement très prisés. La concentration a déjà commencé avec d'abord une prise de participation signi-

ficative de Heineken dans Gallia. Ce partenariat va permettre à cette jeune entreprise de franchir un pas décisif. On a aussi pu, cet été, voir le rachat de Parisis, acteur très orienté vers la grande distribution, par Mélusine un brasseur vendéen.

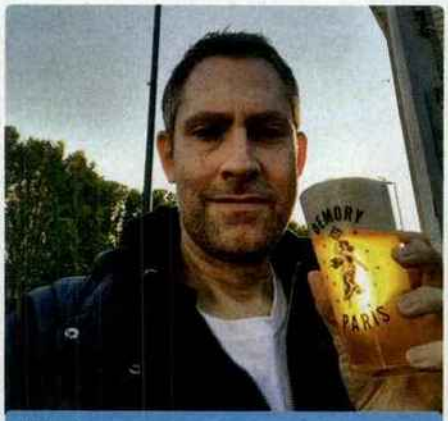
Ce marché des *craft beers* présente un double défi pour les entreprises, car elles doivent d'un côté gagner des parts de marché en volumes, mais aussi asseoir une réputation. Pas question pour elles de se contenter de proposer quelques bières passe-partout qui répondent à 90 % de la demande du marché. Les nouvelles brasseries doivent maintenir leur réputation en proposant des produits très pointus : Sour (bière acide), fermentations en barriques, assemblages. Les *beer geeks* (grands amateurs de bières) qui sont aussi d'influents prescripteurs, se montrent en effet très friands de ces produits et jugent aussi une brasserie par sa capacité à innover. Ajoutons enfin que ces bières très spéciales sont aussi beaucoup mieux valorisées.

JEAN-MICHEL DÉHAIS

Tous droits réservés à l'éditeur

L'Auvergnat de Paris
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.6-9
Journaliste : JEAN-MICHEL DÉHAIS



Kai Lorch.



Antoine Gautier, dirigeant de la Brasserie de la Goutte d'or.


Tristan de La Fonchais et Benjamin Gauffre.

DEMORY

Une grande blonde

En 2009, Kai Lorch, jeune Munichois, abandonnait un emploi enviable dans l'horlogerie suisse pour faire renaître la Brasserie Demory créée en 1827, rue Broca (Paris 5e), mais depuis longtemps disparue. Le jeune entrepreneur a déposé la marque avant de faire brasser sa bière en Allemagne. En 2016, la croissance progressive des ventes lui permet de créer une brasserie sur 1 000 m² à Bobigny. D'une capacité de 7 000 hl/an, celle-ci arrive déjà à saturation et Kai Lorch réfléchit à un ajout de cuves et à une modernisation qui permettrait de tripler à terme sa production. Après des années de développement soutenu, 2020 a représenté un cap difficile à franchir pour cette brasserie très orientée vers le CHR (80 % de ventes en fûts) et qui détient elle-même trois points de ventes dont deux à Paris. Celui accolé à l'unité de production n'a pas ouvert en 2020. Toutefois, Kai Loch bénéficie de belles opportunités de développement, notamment grâce à un contrat de distribution signé à la fin 2019 avec House of beers (Carlsberg) qui devrait lui permettre de rayonner plus largement. Il prévoit aussi de concentrer sa gamme avec 7 références permanentes contre 12 actuellement. L'Astroblonde devrait disparaître au profit de la Paris Pale Ale dont les ventes pourraient à terme représenter 50 %. L'objectif est de voir la gamme permanente assurer 90 % des ventes. Le solde serait assuré par des créations éphémères.

www.demoryparis.com
1, rue de Paris, 93000 Bobigny
Tél : 06 59 45 18 98

BRASSERIE DE LA GOUTTE D'OR

Place à la créativité

En 2012, la Brasserie de la Goutte d'or figurait parmi les pionnières à Paris, en matière de *craft beer*. Thierry Roche, son créateur, souhaitait inscrire sa bière dans la mixité sociale et culturelle locale. C'est la raison pour laquelle les bouteilles portent les noms des rues de ce quartier du 18e arrondissement. Certaines recettes contiennent des épices exotiques, voire des fruits. D'autres sont réalisées avec des artisans locaux, comme le boulanger. En 2018, Antoine Gautier, associé au projet depuis le début de l'aventure, a repris les rênes de la brasserie et a conduit une stratégie de développement différente. À l'étroit dans ses 210 m² parisiens, il restait limité à une capacité de production de 1 000 hl/an. Pour pouvoir franchir un cap, il a externalisé la fabrication de ses cinq recettes permanentes (Château Rouge, Myrha, Ernestine, Petite Pigalle, Chapelle) à la brasserie belge, Anders. Il espère pouvoir à moyen terme trouver un second local à l'extérieur de Paris, afin de rapatrier cette production. En revanche, il consacre son local parisien au brassage des bières du moment (une vingtaine) où la Brasserie de la Goutte d'or exprime toute sa créativité. Près de 45 fûts de chêne permettent ainsi de faire fermenter ou d'affiner les brassins innovants à l'image d'Eden, une bière créée en association avec les Vergers de la Silve à base de bière de sarrasin et de vin de pomme et affinée en fûts de Calvados sur lies de poiré de Clermont-Ferrand...

www.brasserielagouttedor.com
28, rue de la Goutte-d'Or, 75018 Paris
Tél. : 09 80 64 23 51

BRASSERIE DE LA PETITE COURONNE

Cap à l'ouest

La Brasserie de la Petite Couronne, installée à Colombes, a réalisé son premier brassin en 2018. Benjamin Gauffre *(à droite sur la photo)*, son créateur, a convaincu de nombreux chefs tels que Michel Rostang ou Guillaume Sanchez de mettre ses bières à leur carte. Il s'est bien inséré dans le tissu local en devenant sponsor du Rugby Club de Suresnes. Limité par une capacité à 1 000 hl/an, il projette de partager dès le mois de mars les locaux de la Limonade de Paris, à Nanterre. Il effectuerait alors un nouvel investissement pour bénéficier d'une capacité de production de 6 000 hl/an. Il mise sur des produits simples, ingrédients locaux et une gamme limitée à 7 bières. Son référencement récent chez Nicolas, Leclerc ou Auchan, lui a permis de compenser l'effondrement des CHR. Toutefois, la crise a limité la valorisation de ses produits. *« Nous participions habituellement à des festivals où nous vendions la bière 15 € le litre contre 4,5 € le litre en grande distribution. »* La Petite Couronne brasse aussi à façon, la Mont-Valérien 92, une autre bière locale imaginée en hommage à la forteresse. Créée en 2018 par Tristan de La Fonchais *(à gauche sur la photo)*, un entrepreneur suresnois, cette marque a hissé depuis quelques mois ses trois couleurs (blonde, ambrée et blanche) et entend rayonner sur le département des Hauts-de-Seine où elle s'implante en douceur grâce à ses recettes qui, tout en restant classiques font preuve d'originalité.

www.petite-couronne.fr
Tél. : 01 47 84 50 71
www.bieremontvalerien.com

Tous droits réservés à l'éditeur



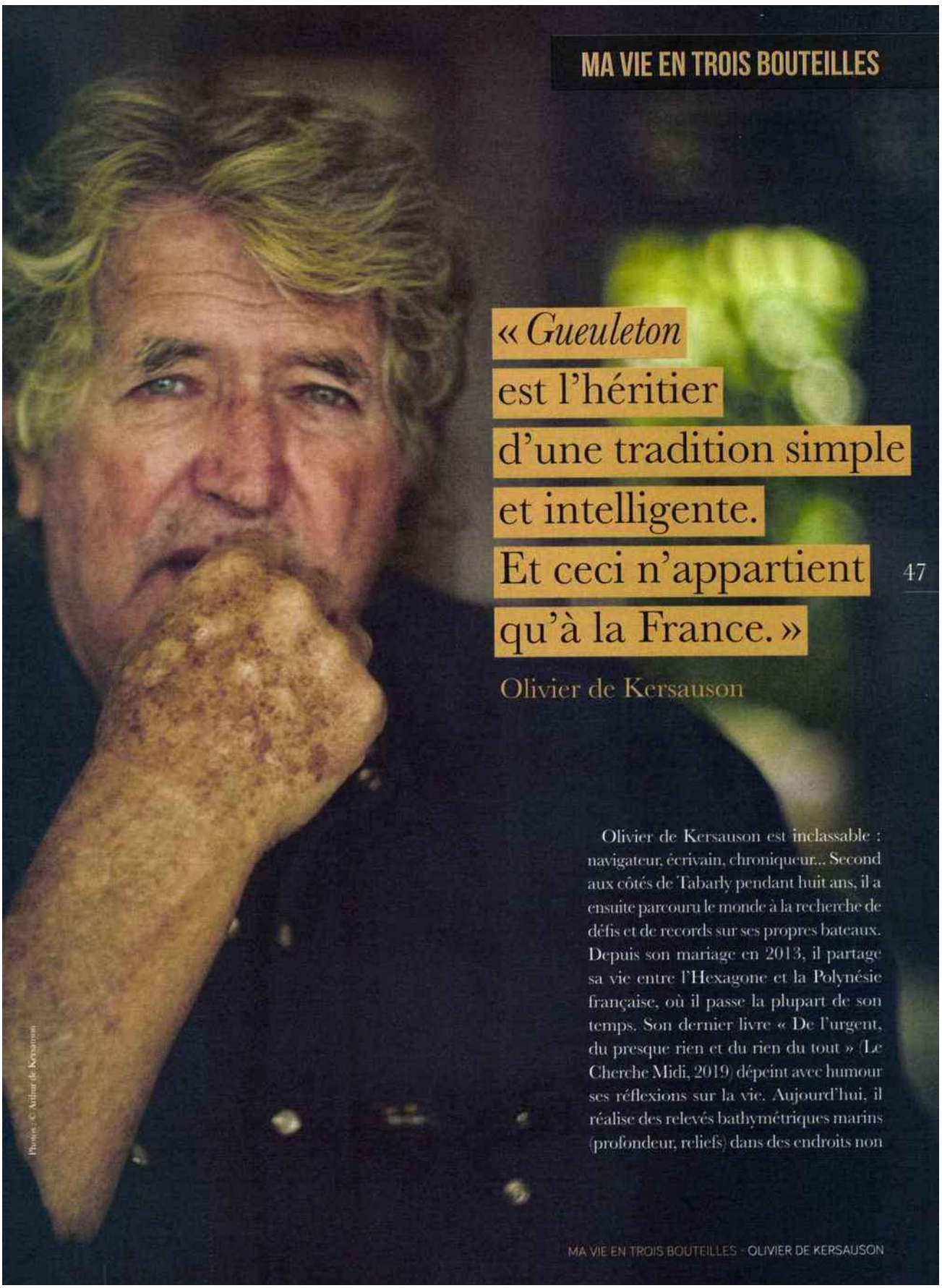
LA FERME D'ARCY



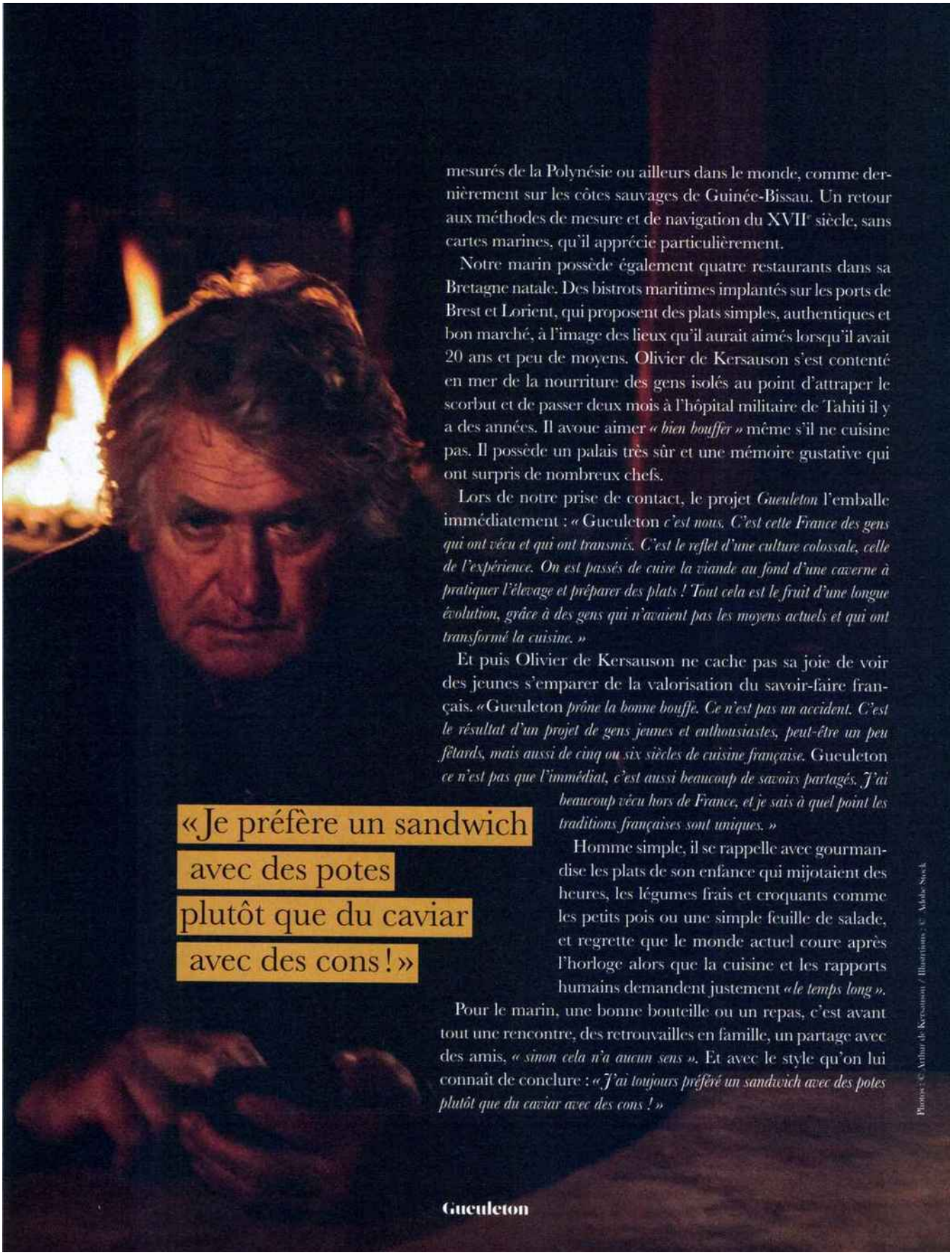
Bonjour, mon sujet de prédilection habituel est plutôt les véhicules d'incendie mais aujourd'hui, c'est à propos de l'histoire de mon village que je vous écris… J'ai repéré une petite erreur dans la première partie de l'article sur les vins Nicolas par dans le n°323 du mois de janvier à la page 40, à propos de la production de lait à la ferme d'Arcy. Arcy est un hameau de la commune de Chaumes-en-Brie (Seine-et-Marne), dans l'ancien canton de Tournan-en-Brie. Le lait était conduit à la gare de Chaumes-en-Brie (3 km) puis vers la gare de Verneuil-l'Étang (4 km) sur la ligne gare de l'Est Mulhouse—Bâle. Un ouvrage d'une association d'histoire locale reprend l'histoire de la ferme; on y voit également le matériel utilisé pour la livraison du lait. Louis Nicolas possédait par ailleurs une belle demeure au sein du village de Chaumes. Cordialement,

Sylvain Burel

Tous droits réservés à l'éditeur



Tous droits réservés à l'éditeur



mesurés de la Polynésie ou ailleurs dans le monde, comme dernièrement sur les côtes sauvages de Guinée-Bissau. Un retour aux méthodes de mesure et de navigation du XVIIe siècle, sans cartes marines, qu'il apprécie particulièrement.

Notre marin possède également quatre restaurants dans sa Bretagne natale. Des bistrots maritimes implantés sur les ports de Brest et Lorient, qui proposent des plats simples, authentiques et bon marché, à l'image des lieux qu'il aurait aimés lorsqu'il avait 20 ans et peu de moyens. Olivier de Kersauson s'est contenté en mer de la nourriture des gens isolés au point d'attraper le scorbut et de passer deux mois à l'hôpital militaire de Tahiti il y a des années. Il avoue aimer *« bien bouffer »* même s'il ne cuisine pas. Il possède un palais très sûr et une mémoire gustative qui ont surpris de nombreux chefs.

Lors de notre prise de contact, le projet *Gueuleton* l'emballe immédiatement : *«* Gueuleton *c'est nous. C'est cette France des gens qui ont vécu et qui ont transmis. C'est le reflet d'une culture colossale, celle de l'expérience. On est passés de cuire la viande au fond d'une caverne à pratiquer l'élevage et préparer des plats ! Tout cela est le fruit d'une longue évolution, grâce à des gens qui n'avaient pas les moyens actuels et qui ont transformé la cuisine. »*

Et puis Olivier de Kersauson ne cache pas sa joie de voir des jeunes s'emparer de la valorisation du savoir-faire français. *«* Gueuleton *prône la bonne bouffe. Ce n'est pas un accident. C'est le résultat d'un projet de gens jeunes et enthousiastes, peut-être un peu fêtards, mais aussi de cinq ou six siècles de cuisine française.* Gueuleton *ce n'est pas que l'immédiat, c'est aussi beaucoup de savoirs partagés. J'ai beaucoup vécu hors de France, et je sais à quel point les traditions françaises sont uniques. »*

«Je préfère un sandwich avec des potes plutôt que du caviar avec des cons !»

Homme simple, il se rappelle avec gourmandise les plats de son enfance qui mijotaient des heures, les légumes frais et croquants comme les petits pois ou une simple feuille de salade, et regrette que le monde actuel coure après l'horloge alors que la cuisine et les rapports humains demandent justement *«le temps long ».*

Pour le marin, une bonne bouteille ou un repas, c'est avant tout une rencontre, des retrouvailles en famille, un partage avec des amis, *« sinon cela n'a aucun sens ».* Et avec le style qu'on lui connaît de conclure : *« J'ai toujours préféré un sandwich avec des potes plutôt que du caviar avec des cons ! »*

Gueuleton

Photos : © Arthur de Kersauson / Illustrations : © Adobe Stock

Tous droits réservés à l'éditeur



Si on peut rendre service

Château Cheval Blanc 1928

« Avec Jean Castel* c'était aussi des bouteilles extraordinaires, hors normes, comme les vins des fameux "Dîners des grandes dernières". C'était des soirées organisées avec les fils du fondateur du groupe Nicolas pour ouvrir certaines bouteilles des stocks qui risquaient d'être passées ou madérisées. Tu parles. Je me souviens, entre autres, d'une caisse de Château Cheval Blanc 1928 *(saint-émilion grand cru, ndlr)*. Malgré les années, le vin avait conservé toute sa force et ses caractéristiques hors du commun. Une bouteille sublime. »

** Jean Castel, ancien rugbyman et roi des nuits parisiennes, a fondé le club privé-restaurant qui porte son nom dans le quartier Saint-Germain à Paris en 1962. Olivier de Kersauson et le Tout-Paris s'y sont pressés pendant près de cinquante ans. L'amitié entre les deux hommes s'est également construite autour de la passion de la mer. Le marin a notamment suivi les travaux du bateau de Jean Castel, dans le sud de la France. Ils se rendaient ensemble à Antibes, tous les deux mois, pour vérifier l'avancée du chantier. La route était jonchée d'escales gastronomiques, qui démarraient à Lyon chez Bocuse ou chez Troisgros à Roanne… Il est arrivé que le voyage dure plus d'une semaine !*



Trois bouteilles à la mer

Châteaux Latour, Cheval Blanc et Phélan-Ségur

« On présente souvent les navigateurs comme des fêtards capables de cuites monstrueuses, mais c'est un cliché infondé. Quand vous passez plusieurs mois en mer, lors des compétitions notamment, vous ne buvez pas une goutte d'alcool. Donc une fois de retour à terre, il suffit de trois verres pour vous faire passer pour quelqu'un qui titube dans la rue. Pour l'anecdote, sur un Trophée Jules-Verne, un tour du monde, je m'étais offert le luxe de prendre trois bouteilles pour en boire une à chaque cap traversé. Il y avait un Château Latour, un Cheval Blanc et un Phélan-Ségur. Finalement on n'a bu qu'une seule bouteille. L'air marin saoule déjà bien assez et nous avons laissé les grands crus de côté. »



Une verticale d'anthologie

Château Phélan-Ségur, de 1961à nos jours

« J'ai une nature qui a peu d'envies et facilement des plaisirs. Je sais parfaitement me réjouir quand c'est magnifique. J'ai 76 ans maintenant et j'ai eu l'occasion de croiser des bouteilles merveilleuses lors de moments uniques. Je me souviens de certains grands moments comme cette bouteille de Château Latour 1982 (pauillac premier grand cru classé), considérée comme l'année du siècle pour ce vin, bue avec le propriétaire du domaine. Autre souvenir d'exception : une invitation par la famille Gardinier, qui possédait le Château Phélan-Ségur (saint-estèphe), qui nous avait offert une dégustation « verticale » à partir de 1961. Autant vous dire que ce fut un véritable moment de recueillement ! Je me dis que j'ai eu beaucoup de chance de boire de telles bouteilles. Chacun a le vin qui lui va bien, pour moi c'est le Château Beychevelle (saint-julien). »

Tancrède de La Morinerie

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 360025

Date : Du 23 au 29 novembre 2020
Page de l'article : p.36-38
Journaliste : Nathalie Bezou et Olivia Delaunay



Jungle en fête

Ces quatre jolis gobelets en verre, aux motifs dorés, donnent un air de fête aux tables ou deviennent de ravissantes verrines, *gobelets Jungle, 12,90 € (lot de 4), Carrefour.*

Douceurs à partager

Ce paquet contient un assortiment de 6 recettes de papillotes, de ganache et praliné au chocolat noir et lait pour tous les gourmands, *Maxi sachet collection noir & lait, 11,49 € (590 g), Revillon.*

Bestiaire mignon

Partagez un moment tout doux et dégustez boisson chaude ou froide avec ces mugs en faïence de 33 cl, *coffret 4 mugs en faïence, 12,90 €, Casino.*

Délicieux nectars

Des miels de France aux parfums et saveurs variées : Paris, acacia et châtaigner, à savourer sans modération, *coffret Grands Crus Miels de France, 19,90 € (3 x 40 g), Hédène.*

Édition festive

Une jolie marmite en fonte émaillée, en édition limitée qui mijotera avec douceur ! Marmite gamme Couronne enchantée, *édition limitée, 26 cm, 269 €, Le Creuset (lecreuset.fr).*

Coup de folie !

La boîte aux trésors

Cette boîte contient un coffret de 36 berlingots (épices, bouquet garni, herbes de Provence, mélanges…), 2 sachets de poivre sauvage en grains Voatsiperifery et Timur, et 1 étui de gousses de vanille Bourbon bio, *coffret de Noël Découvertes, 49,90 €, Max Daumin (maxdaumin.com).*

Originalité française

Ce gin made in France a une jolie robe rubis, onctueux, aux arômes de genièvre, pamplemousse rose, citron vert et poivre, *Generous Gin Purple, 41 € (70 cl), Ôdevie Creative Spirits (en vente chez Nicolas).*

Fine fleur

Récoltée à la main en Camargue, cette fleur de sel délicate est associée à de la truffe noire d'été séchée (1 %). De quoi magnifier un foie gras, des saint-jacques, une volaille… *Fleur de sel à la truffe, 9,80 € (125 g), Le Saulnier de Camargue.*

Tradition épicée

Cette jolie boîte étoilée abrite un thé de Noël aux épices, boîte *Thé de Noël, 22 €, Betjeman & Barton (betjemanandbarton.com/fr).*

Tous droits réservés à l'éditeur

www.lci.fr
Pays : France
Dynamisme : 81

Visualiser l'article

Les commerces devraient bientôt pouvoir rouvrir, mais à quelles conditions ?



Emmanuel Macron s'adressera une nouvelle fois aux Français, ce mardi à 20h. L'exécutif promet de donner de la visibilité sur le déconfinement, les futures vacances de Noël, la réouverture des bars et restaurants et celle des commerces.

C'est donc mardi à 20h qu'Emmanuel Macron doit de nouveau prendre la parole lors d'une allocution. Et il en a des choses à annoncer. Jean Castex a évoqué ce vendredi pour la première fois une date aux alentours du 1er décembre. Bercy a même finalisé un protocole sanitaire, et il est particulièrement strict.

Les commerces non-essentiels pourraient rouvrir dès la fin de la semaine prochaine. Mais pas dans n'importe quelle condition. Le protocole sanitaire sera plus strict dans les magasins. Jusqu'à présent, il devait y avoir un client maximum pour 4 m². C'est désormais, un client pour 8 m², deux fois moins de monde. Alors pour compenser, les commerçants pourraient être autorisés à rouvrir plus tard et le dimanche. Indispensable pour la gérante d'une petite boutique de jouets. "Ici, on a à peu près 20 à 25 m². Avec le nouveau protocole, on diminue par deux, trois notre capacité d'accueil. Et donc, notre chiffre d'affaires", a expliqué Anne Mangin, responsable des collections "Au nain bleu" à Paris, devant les caméras de TF1. Le calcul est encore plus vite fait chez Séverine, fleuriste "Vert et plus... " à Paris. Son magasin fait 8 m². "Finalement, il y aura un client dans le magasin et pas plus. Je pense que les gens, comme pour le premier déconfinement, attendront dehors", dit-elle.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Justement, lorsqu'on revoit les images du déconfinement au mois de mai, les Français étaient plutôt motivés. Mais cette fois, deux éléments ont changé. D'abord, la météo, et les courses de Noël. "En fait, de commander et d'être livré chez soi, c'est dix fois mieux que de faire la queue dehors", a réagi une passante. Alors c'est pour éviter ce genre de réaction que ce caviste a déjà réfléchi à des solutions pour retenir les clients. Pour Sébastien Dru, caviste "Nicolas" à Paris, "on va peut-être sortir de nos magasins ou peut-être de les conseiller en un premier temps à l'extérieur". Les trottoirs pourraient devenir les annexes des magasins. Ces règles s'appliqueront à tous les commerces, même ceux qui sont restés ouverts jusqu'à présent, boucherie, supermarché, pharmacie, qui vont devoir s'organiser.

Quant aux surfaces de plus de 400 m², elles auront l'obligation de contrôler à l'entrée que la jauge du nombre de personnes est respectée. Autre règle du protocole, une vitre en plexiglas devant les caisses. L'aération du magasin, là encore, tant pis pour les frileux. Dernière règle, gel hydroalcoolique obligatoire à l'entrée afin que les clients puissent toucher sans restriction les produits en magasin.

Tous droits réservés à l'éditeur

www.tf1.fr
Pays : France
Dynamisme : 71

Visualiser l'article

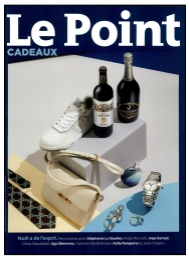
Les commerces devraient bientôt pouvoir rouvrir, mais à quelles conditions ?

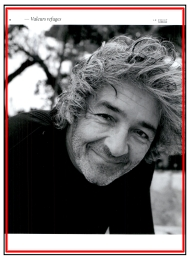
Vidéo : https://www.tf1.fr/tf1/jt-we/videos/les-commerces-devraient-bientot-pouvoir-rouvrir-mais-a-quelles-conditions-29324430.html

C'est donc mardi à 20h qu'Emmanuel Macron doit de nouveau prendre la parole lors d'une allocution. Et il en a des choses à annoncer. Jean Castex a évoqué ce vendredi pour la première fois une date aux alentours du 1er décembre. Bercy a même finalisé un protocole sanitaire, et il est particulièrement strict. Les commerces non-essentiels pourraient rouvrir dès la fin de la semaine prochaine. Mais pas dans n'importe quelle condition. Le protocole sanitaire sera plus strict dans les magasins. Jusqu'à présent, il devait y avoir un client maximum pour 4 m². C'est désormais, un client pour 8 m², deux fois moins de monde. Alors pour compenser, les commerçants pourraient être autorisés à rouvrir plus tard et le dimanche. Indispensable pour la gérante d'une petite boutique de jouets. "Ici, on a à peu près 20 à 25 m². Avec le nouveau protocole, on diminue par deux, trois notre capacité d'accueil. Et donc, notre chiffre d'affaires", a expliqué Anne Mangin, responsable des collections "Au nain bleu" à Paris, devant les caméras de TF1. Le calcul est encore plus vite fait chez Séverine, fleuriste "Vert et plus... " à Paris. Son magasin fait 8 m². "Finalement, il y aura un client dans le magasin et pas plus. Je pense que les gens, comme pour le premier déconfinement, attendront dehors", dit-elle. Justement, lorsqu'on revoit les images du déconfinement au mois de mai, les Français étaient plutôt motivés. Mais cette fois, deux éléments ont changé. D'abord, la météo, et les courses de Noël. "En fait, de commander et d'être livré chez soi, c'est dix fois mieux que de faire la queue dehors", a réagi une passante. Alors c'est pour éviter ce genre de réaction que ce caviste a déjà réfléchi à des solutions pour retenir les clients. Pour Sébastien Dru, caviste "Nicolas" à Paris, "on va peut-être sortir de nos magasins ou peut-être de les conseiller en un premier temps à l'extérieur". Les trottoirs pourraient devenir les annexes des magasins. Ces règles s'appliqueront à tous les commerces, même ceux qui sont restés ouverts jusqu'à présent, boucherie, supermarché, pharmacie, qui vont devoir s'organiser. Quant aux surfaces de plus de 400 m², elles auront l'obligation de contrôler à l'entrée que la jauge du nombre de personnes est respectée. Autre règle du protocole, une vitre en plexiglas devant les caisses. L'aération du magasin, là encore, tant pis pour les frileux. Dernière règle, gel hydroalcoolique obligatoire à l'entrée afin que les clients puissent toucher sans restriction les produits en magasin.

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

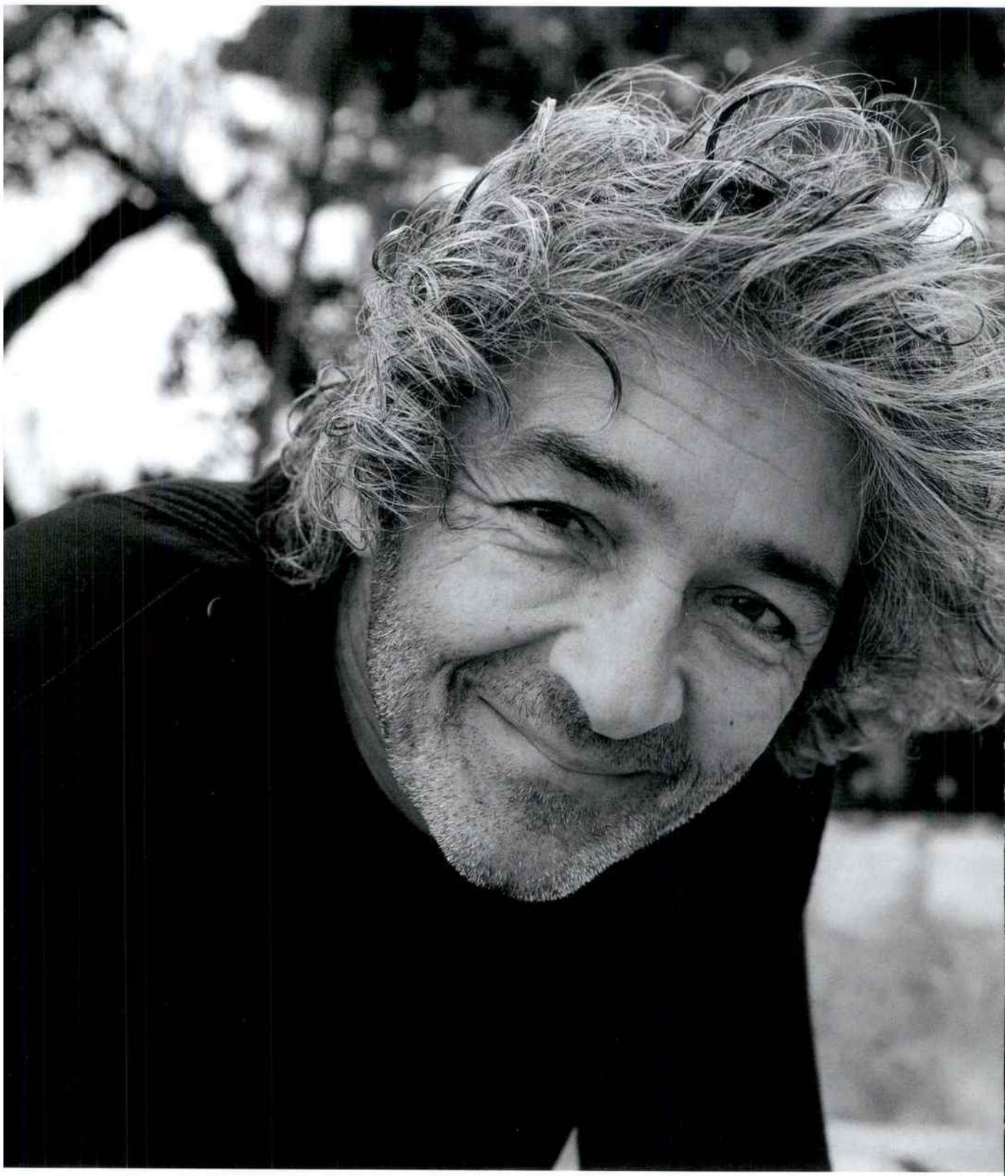




Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti

— *Valeurs refuges*

LE POINT CADEAUX



Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti



©Mario Sinistaj

Par / **Rudy Ricciotti**

Il a fait de l'architecture un sport de combat. L'auteur du MuCEM à Marseille ou du 19M de Chanel à Aubervilliers a donné au béton une dignité qui tranche avec son habituelle nudité. Un refus du minimalisme qui se traduit dans ses goûts littéraires, gastronomiques ou encore cinématographiques.

RUDY RICCIOTTI

Salué ou critiqué, cette figure populaire de l'architecture ne laisse personne indifférent, tout comme ses nombreuses réalisations et ses essais, insufflant un vent de polémique assumé. Pour lui, le classicisme ne saurait être figé ; sa constante est le mouvement même. Et si aller de l'avant était l'ultime valeur refuge ?

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti



1. FIGARET
cravate fine en soie à motif géométrique, **85 €**
www.figaret.com/fr/

2. PENHALIGON'S
eau de parfum Brilliantly British, **164 €** les 100 ml
www.penhaligons.com

3. DIOR
Rouge Dior, édition limitée collection Golden Nights, **43 €**
www.dior.com

4. GUCCI
sac à épaule Jackie 1961, réédition du modèle icône de la maison, en cuir et toile GG, **1600 €**
www.gucci.com

5. PIAGET
bracelet Piaget Possession en or rose 18 carats, serti de 72 diamants taille brillant et orné de 2 cabochons en cornaline, **15 500 €**
www.piaget.com

6. LE CLARENCE
bon cadeau sous forme de menu déjeuner ou dîner au restaurant, chef Christophe Pelé, 2 étoiles Michelin
www.le-clarence.secretbox.fr

Collants LE BOURGET



Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti

« *Dans la mesure où le classique résiste au temps et fait sens, il conserve en lui les sucs d'une éclatante jeunesse.* »

Rudy Ricciotti

Chanel lui a confié la réalisation du 19M, un écrin de béton blanc posé à Aubervilliers, aux portes de Paris, pour accueillir les métiers d'art (brodeurs, chapeliers, plumassiers...) auxquels font appel la maison de la rue Cambon et les grands noms du luxe. Le talent de l'architecte réside notamment dans sa capacité à donner une esthétique forte à cette matière empreinte d'une certaine nudité. Plus que le béton en lui-même, ce fils de maçon italien sublime le travail des ouvriers. «*J'aime le travail des sachants dans toutes les disciplines du béton ; et ils sont plus d'un million de travailleurs. Leurs savoir-faire mis bout à bout fabriquent une cohésion sociale utile à notre société. Le principe de la beauté est lié aux valeurs de l'effort et à la mémoire qui l'accompagne.* » Plus qu'esthétique, à ses yeux, le béton recouvre une dimension politique et environnementale grâce à un matériau conçu dans la proximité immédiate des constructions.

En plus des nombreux prix qui traduisent la reconnaissance de son travail par la profession, l'homme au caractère bien trempé peut aussi se prévaloir d'une réelle popularité auprès du grand public. Le MuCEM de Marseille et son élégante dentelle de béton ont déjà marqué les esprits. Les Nantais connaissent son travail grâce à la mezzanine de la gare qu'il a imaginée pour eux.

UNE AUTRE VISION DU MONDE

Difficile d'inscrire Rudy Ricciotti dans une case. Créatif comme l'exige sa profession, il sait aussi faire preuve d'ingéniosité pour réaliser ses projets, quitte à prendre des risques et transgresser les règles pour atteindre son objectif. Pamphlétaire comme il se définit lui-même, il n'hésite pas à partager son point de vue sur le monde, la société et l'esthétique. Exigeant et érudit, à 68 ans, il compte une trentaine d'ouvrages à sa bibliographie dans lesquels il dénonce, sans langue de bois, les travers consuméristes d'une certaine modernité tout comme la soumission au minimalisme anglo-saxon. «*Dans la mesure où le classique résiste au temps et fait sens, il conserve en lui les sucs d'une éclatante jeunesse.* »

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti

Sensible à la beauté, Rudy Ricciotti n'hésite pas à dévoiler ce qui le touche. «*La Rome antique me fait pleurer. Je suis très attaché aux figures du romantisme mais également à celles du Moyen-Âge et à la peinture de Matthias Grünewald, en particulier le retable d'Issenheim, chef-d'œuvre absolu.*» L'architecte regrette les effets de la mondialisation à qui il reproche de produire un «*état spectaculaire de déchéance esthétique.*» De son côté, il trouve son inspiration dans la littérature italienne du XXe siècle qu'il affectionne tout particulièrement. Mais pour entrevoir ses goûts, il faut creuser encore. «*J'écoute beaucoup de rock et j'aime aussi Rodolphe Burger et en particulier le morceau Bleu Bac de son dernier album.*» Comme pour l'architecture, il n'hésite pas à afficher une certaine distance avec l'art contemporain, préférant revenir aux fondamentaux du travail manuel. «*Je pense aux céramistes Marc Alberghina ou Serena Carone.*» Au registre du cinéma, il semble presque logique de le savoir fidèle à Quentin Tarantino ou encore aux frères Coen. «*Ils partagent le refus des lieux communs, l'audace et réactivent le cinéma dans son rôle.*» Une tendance à la transgression qui pourrait aussi appartenir à Rudy Ricciotti.

LE LUXE D'UNE CERTAINE SIMPLICITÉ

Impossible d'évoquer l'homme sans aborder son profil d'épicurien et de gourmet avéré. «*Le lièvre à la broche est un classique de la gastronomie.*» Attaché à la qualité des produits dans son assiette, l'homme redoute les voyages et les missions qui le conduisent au bout du monde bien qu'il ait laissé une trace de son passage à Séoul, Liège ou encore Sao Paulo. Sollicité à l'étranger, il n'a pas l'ambition de vouloir construire sur toute la planète, préférant se consacrer aux projets qui l'accaparent en France, sur son territoire. D'ailleurs, parmi les beautés qu'il affectionne, difficile de ne pas mentionner Cassis, sa ville et son refuge. Dans sa demeure face à la mer, il savoure les heures qui passent entouré de sa compagne et de quelques proches, étrangers au monde de l'architecture pour la plupart. Amoureux des bonnes choses, il s'est offert les vignes de «*Gari*», un Châteauneuf-du-Pape. Dans cette aventure, il s'est associé à un autre génie, capable de casser les codes de la gastronomie, Pierre Gagnaire. Ainsi est né Gari avec le Ga de Gagnaire et le Ri de Ricciotti. «*Le dernier cadeau que j'ai offert ? Le dernier millésime de Gari !*» —

« *Je suis attaché à la peinture de Matthias Grünewald, en particulier le retable d'Issenheim, chef-d'œuvre absolu.* »

Rudy Ricciotti

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti



1. BOURRIENNE
chemise Romanesque, col français, coupe ajustée, poignets signatures, **190 €**
www.bourrienne.com

2. MIU MIU
sac Miu Belle en cuir matelassé, **2 200 €**, boutique Miu Miu, 1 rue du Faubourg Saint-Honoré, 75008 Paris.

3. WOODFORD RESERVE BACCARAT EDITION
whiskey Super Premium et flacon de cristal, **1 750 €**, coffret disponible à la Maison du Whisky, www.whisky.fr

4. BO CONCEPT
console Los Angeles avec rangement tiroir, plateau en verre fumé, **829 €**
www.boconcept.com

5. CASTERMAN
La Fièvre d'Urbicande, François Schuiten / Benoît Peeters, édition Couleur Luxe, tirage limité à 700 exemplaires numérotés et signés sous emboîtage, **165 €**
www.casterman.com

6. BRIONI
derbies Goodyear, **1 200 €**
brioni.com

7. MIKIMOTO
collection Les Pétales Place Vendôme, boucles d'oreilles, perles de culture Akoya, diamants et or blanc 18 carats et bague, perle de culture des mers du Sud, diamants et or blanc 18 carats, **7 700 €** et **11 200 €**, Mikimoto, 8 place Vendôme, 75001 Paris.

Body noir à manches longues, WOLFORD

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti

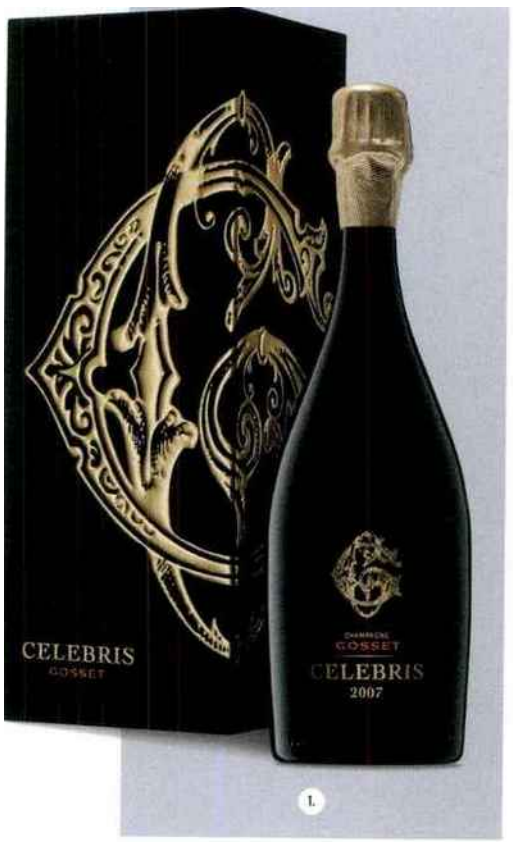


1. LABEYRIE Foie Gras de Canard Entier du Sud-Ouest Label Rouge en torchon, IGP Sud-Ouest, **39,50 €** les 260 g, en GMS. ◇ **2. WATCH CERTIFICATE BY TRADEE** véritable carte grise digitale infalsifiable avec QR code et blockchain, le Watch Certificate™ certifie l'authenticité de votre montre de collection, certifiée après 42 points de contrôle en atelier par un horloger professionnel agréé et validée par un expert indépendant, à partir de **99 €** www.watchcertificate.com ◇
3. CHÂTEAU GRAND CORBIN Saint-Émilion Grand Cru Classé 2016, **33 €** www.wineandco.com ◇
4. CHAMPAGNE VRANKEN Diamant Blanc de Blancs, **60 €** au domaine Vranken-Pommery

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti











1. GOSSET cuvée Celebris 2007 extra brut, **140 €** chez tous les bons cavistes et en vente directe au 03 26 56 99 56. ◇ **2. LOUIS ROEDERER** cuvée Cristal 2012, **200 €** chez Nicolas, Lavinia, La Grande Épicerie, Millésima... ◇ **3. BARON DE BRANE** Margaux 2016, second vin du Château Brane-Cantenac, **36,60 €** chez Lavinia, 3-5 boulevard de la Madeleine, 75001 Paris. ◇ **4. JAEGER-LECOULTRE** montre Reverso One, cadran laqué et guilloché, boîtier en acier inoxydable, 27 diamants, 0,3 carat, **5 550 €** www.jaeger-lecoultre.com ◇ **5. RALPH LAUREN HOME** verres à vin, à champagne et à Martini, **110 €** pièce www.ralphlauren.fr

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti



1 G.H.MUMM cuvée d'exception Mumm Cordon Rouge Vinothèque 1961, en vente pour la fin d'année à la boutique de Reims en format magnum, **1400 €** www.mumm.com ◇ **2. BURBERRY** imperméable en nylon recyclé, **1580 €** www.galerieslafayette.com ◇ **3. MARCH LAB** modèle Lady Mansart Electrique, mouvement quartz, bracelet cuir, **790 €** www.march-lab.com ◇ **4. VERSACE** sac Virtus en cuir rouge, **1000 €** www.versace.com ◇ **5. MARQUIS DE CALON SÉGUR** Saint-Estèphe 2016, **25 €** chez tous les bons cavistes. ◇ **6. ÉDITIONS POINTS** livre « *Passe-moi le champagne, j'ai un chat dans la gorge* » de Loïc Prigent, **7,20 €**, en librairie.

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti



1.



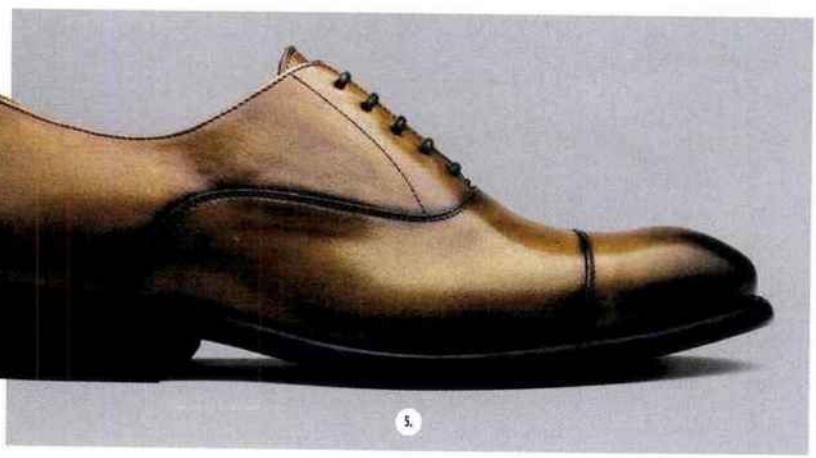
2.



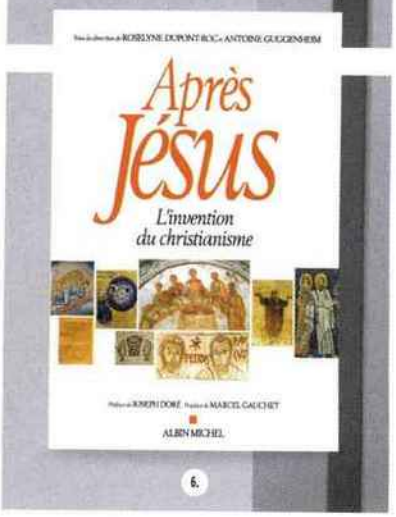
3.



4.



5.



6.

1. BOLLINGER champagne PN VZ15, **89 €** chez les cavistes. ◇ **2. MOYNAT** porte-carte double en Toile 1920, **350 €** www.moynat.com ◇ **3. USM** meuble d'appoint à deux portes abattantes, **1002 €** www.usm.com ◇ **4. CHÂTEAU LATOUR** grand vin de Château Latour, Premier Grand Cru Classé, 2009, Pauillac, **1250 €** chez les cavistes. ◇ **5. FINSBURY** derby en cuir Oxford, **220 €** www.finsbury-shoes.com ◇ **6. ALBIN MICHEL** livre *Après Jésus, l'invention du christianisme*, 80 auteurs, sous la direction de Roselyne Dupont-Roc et Antoine Guggenheim, **49 €** www.albin-michel.fr

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti



1. BALIBARIS écharpe Glasgow, 100 % laine, **95 €** www.balibaris.com ◇ **2. CORNELIANI** cravate en soie, à partir de **90 €** www.corneliani.com ◇ **3. MAISON LANSON** cuvée Blanc de Blancs, champagne 100 % Chardonnay, **49 €**, chez les cavistes. ◇ **4. CHÂTEAU LA TOUR CARNET** Haut-Médoc 2009, **47 €**, boutique de Pessac, Château Pape Clément, 216 avenue Dr Nancel Pénard, 33600 Pessac, tél : 05 57 26 38 34. ◇ **5. A.LANGE & SÖHNE** Lange 1 Timezone 2020 en or jaune, modèle limité à 100 exemplaires www.alange-soehne.com ◇ **6. ASTIER DE VILLATTE** tasse Portrait de Femme du Fayoum, **220 €** www.astierdevillatte.com

Tous droits réservés à l'éditeur

Gala

Date : 25/11/2020
Heure : 16:37:15

www.gala.fr
Pays : France
Dynamisme : 50

Visualiser l'article

Stéphane Plaza prêt à tout… sa proposition osée à une ministre



Alors que le secteur de l'immobilier a été durement touché par la crise sanitaire, Stéphane Plaza s'est saisi de son compte Instagram pour faire une proposition osée à Emmanuelle Wargon, ministre déléguée au Logement.

" *Madame la ministre… Si les visites avec les acheteurs reprennent avant le 1er décembre, j'enlève le bas"* . Visiblement en pleine forme, Stéphane Plaza s'est saisi de son compte Instagram ce mardi 24 novembre pour faire une proposition osée à Emmanuelle Wargon, ministre déléguée auprès de la ministre de la Transition écologique, chargée du Logement. **Une " *proposition net vendeur"* qu'il va maintenant devoir honorer…**

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Emmanuel Macron a en effet annoncé la réouverture des commerces dits "non essentiels" à partir de ce samedi 28 novembre. **Une nouvelle qui a réjoui le nouveau colocataire de Karine Lemarchand , qui n'en a pas pour autant oublié sa promesse.** L'animateur star a ainsi publié une nouvelle story sur son compte Instagram : " *lorsque tu fais une promesse, tu donnes de l'espoir* ", a-t-il écrit, non sans une pointe d'ironie, et de poursuivre : " *lorsque tu l'honores, tu crées de la confiance* ". " *Laissez-moi quelques jours, je vais donc la tenir* ", a-t-il promis.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Si Stéphane Plaza préfère désormais prendre le parti d'en rire, l'animateur, testé plus de 60 fois à la Covid , avait au début du mois longuement dénoncé les mesures prises par le gouvernement pour lutter contre la propagation de l'épidémie. **" *Pendant le confinement, les enfants continuent de naître, les amoureux de s'unir, les plus âgés de prendre leur retraite, les jeunes de s'installer et les moins amoureux... de divorcer ? Il faudra bien les loger, non? L'immobilier est donc essentiel"*** , s'était-il insurgé, avant de pointer du doigt l'incohérence de ces mesures.

On peut " *acheter du Vin chez Nicolas", "acheter des boutons dans une mercerie", "acheter des ustensiles de cuisine chez Boulanger ou à la FNAC* ", s'était-il agacé, et de demander au Père noël un retour rapide à la normale pour que " *les agents immobiliers puissent exercer à 100% et permettent aux clients de réaliser leurs projets plus simplement* ". Un souhait qui a visiblement été entendu !

Tous droits réservés à l'éditeur

LE PROGRÈS
www.leprogres.fr
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 198324



Date : 26 novembre 2020
Journaliste : Florence RÉA

PAVEZIN Témoignage (Épisode 10/10)

Paroles de confinés : « On a un peu de temps libre en ce moment ! »

Entre bricolage et nettoyage pour monsieur et footing et lecture pour madame, les propriétaires de l'auberge de Grange Rouet au col de Pavezin occupent leur journée en attendant la réouverture.

10 heures, lundi. Les portes de l'Auberge de Grange Rouet sont fermées aux clients, mais la porte de service est, elle, bien ouverte. À l'intérieur Alain, le propriétaire des lieux a troqué son tablier de chef de salle pour celui d'agent d'entretien. Éponge en main, il astique les carreaux blancs d'une de ses salles. Juste à côté, son épouse, cheffe de la cuisine, fait mijoter la cinquantaine de repas qui sera servi à midi dans les cantines des écoles de Pavezin et Sainte-Croix-en-Jarez.

Déprimés les deux professionnels ? « Non. La situation n'est pas facile avec cette deuxième fermeture mais on applique le principe "si l'argent ne rentre pas, on en sort pas." »

« On demande juste à travailler »

Alors le couple s'occupe en attendant une future réouverture. « J'en profite pour refaire les différentes salles de l'auberge. Je viens de repeindre entièrement le plafond de la grande salle du restaurant. Tous les frigos sont débranchés et ont été nettoyés. J'avance pièce par pièce », explique Alain le monsieur bricolage de la maison. Car l'ancien maître d'hôtel du Hilton et caviste chez Nicolas à Paris a une autre passion la récupération d'objets pour une deuxième vie.

Pour Christine, c'est « footing, potager et lecture. J'ai encore la chance de préparer les repas de la cantine et la vente à apporter du week-end pour lequel les locaux jouent bien le jeu. Cela ne nous fait pas forcément gagner de l'argent mais ça permet surtout de garder le lien social et faire chauffer le fourneau.»



Alain, le Monsieur Bricolage de l'Auberge, et Christine met toujours autant d'amour dans ses petits plats familiaux. Photo Progrès/Florence RÉA

Malgré leurs journées bien remplies, il tarde aux deux professionnels de se remettre au travail. « Les aides c'est bien gentil mais nous, on veut travailler. C'est fou de juste demander à travailler en 2020. Le plus dur est de ne pas avoir de vision sur l'avenir. Certains ne vont pas se relever. »

De notre correspondante, Florence RÉA

Tous droits réservés à l'éditeur

Brane Cantenac 1928

Lors du premier confinement, j'avais entrepris un inventaire de la cave de la maison et j'avais repéré des bouteilles qu'il faudrait boire en priorité. Une semaine après le départ de mon fils, j'ai envie d'ouvrir une de ces bouteilles. Je choisis un **Château Brane-Cantenac 1928** dont l'étiquette n'est pas de la cave Nicolas. J'en ai d'autres de la cave Nicolas. Si nous avions été deux à boire j'aurais sans doute aimé comparer les deux mises en bouteille, mais étant seul à boire je me limiterai à celle-ci.

Le niveau est à mi-épaule, tendant à peine vers basse épaule. Le bouchon vient assez facilement, se brisant en deux morceaux. L'odeur à l'ouverture montre une légère acidité qui disparaît une minute plus tard. Au moment du service, quatre heures plus tard, le nez est de grande pureté et montre que le vin est puissant. Ce parfum n'a pas d'âge et si l'on disait 1985, on ne pourrait pas critiquer cette estimation.

En bouche, l'impression est mitigée. Car le vin est pur, bien construit, mais je ne ressens pas une grande émotion. Nous mangeons des poissons panés avec un pressé de pommes de terre qui accompagnent bien le goût du vin. Il aura parfois des fulgurances de charme qui montrent qu'il est d'une année légendaire. Mais globalement, malgré quelques moments de grâce, ce vin de belle structure n'aura pas offert suffisamment d'émotion pour représenter ce que l'on peut attendre de 1928, une des plus grandes années qui soient. J'espère essayer bientôt un Brane-Cantenac 1928 mis en bouteilles par Nicolas, pour retrouver – peut-être – la grandeur de ce vin qui avait été nommé premier des vins du 167ème dîner malgré une forte concurrence représentée notamment par deux vins du domaine de la Romanée Conti.

Une expérience à tenter bientôt.

Tous droits réservés à l'éditeur

LE PROGRÈS.fr

www.leprogres.fr
Pays : France
Dynamisme : 372

Visualiser l'article

Paroles de confinés : « On a un peu de temps libre en ce moment ! »

Entre bricolage et nettoyage pour monsieur et footing et lecture pour madame, les propriétaires de l'auberge de Grange Rouet au col de Pavezin occupent leur journée en attendant la réouverture.

10 heures, lundi. Les portes de l'Auberge de Grange Rouet sont fermées aux clients, mais la porte de service est, elle, bien ouverte. À l'intérieur Alain, le propriétaire des lieux a troqué son tablier de chef de salle pour celui d'agent d'entretien. Éponge en main, il astique les carreaux blancs d'une de ses salles. Juste à côté, son épouse, cheffe de la cuisine, fait mijoter la cinquantaine de repas qui sera servi à midi dans les cantines des écoles de Pavezin et Sainte-Croix-en-Jarez.

Déprimés les deux professionnels ? « Non. La situation n'est pas facile avec cette deuxième fermeture mais on applique le principe “si l'argent ne rentre pas, on en sort pas.” »

« On demande juste à travailler »

Alors le couple s'occupe en attendant une future réouverture. « J'en profite pour refaire les différentes salles de l'auberge. Je viens de repeindre entièrement le plafond de la grande salle du restaurant. Tous les frigos sont débranchés et ont été nettoyés. J'avance pièce par pièce », explique Alain le monsieur bricolage de la maison. Car l'ancien maître d'hôtel du Hilton et caviste chez Nicolas à Paris a une autre passion la récupération d'objets pour une deuxième vie.

Pour Christine, c'est « footing, potager et lecture. J'ai encore la chance de préparer les repas de la cantine et la vente à apporter du week-end pour lequel les locaux jouent bien le jeu. Cela ne nous fait pas forcément gagner de l'argent mais ça permet surtout de garder le lien social et faire chauffer le fourneau.»

Malgré leurs journées bien remplies, il tarde aux deux professionnels de se remettre au travail. « Les aides c'est bien gentil mais nous, on veut travailler. C'est fou de juste demander à travailler en 2020. Le plus dur est de ne pas avoir de vision sur l'avenir. Certains ne vont pas se relever. »

Pavezin | Paroles de confinés - Bientôt une boutique en ligne

Entre un petit coup de peinture par ci et la rénovation d'une chaise par là, Alain le Sarthois, à ne pas mélanger avec son épouse Christine la Bretonne, apporte aussi de la nouveauté sur son site Internet. « Comme le déconfinement n'est pas encore en vue, on a décidé de créer une boutique bientôt en ligne sur notre site. En plus de notre vente en emporté du week-end, on va proposer des produits faits maison ou sélectionnés par nos soins dans la plus pure tradition des fêtes de noël. On s'adapte et on veut aussi montrer que l'on est là et bien là. Que nos clients nous manquent et que l'on sert bien à quelque chose ».

De quoi encore occuper notre couple de restaurateur qui aime et pratique leur métier avec passion depuis l'école hôtelière…

Auberge de Grange Rouet 2 600 route de Grange Rouet, 42410 Pavezin Tel: 04 77 20 21 66 https://www.aubergedegrangerouet.com

0PBrWf7KTL38CZHwNFwtnloQaPHgTjj6eo4qUolqgG1iLL5vdtpmqTmbaDSUf7ZmmXDG-amXGzoClVRrxd0_fKAZDhi

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Grands magasins et centres commerciaux de Paris et d'Île de France se préparent à rouvrir ce weekend



Emmanuel Macron a annoncé la réouverture de tous les commerces pour le samedi 28 novembre 2020. Grands magasins et centres commerciaux se préparent donc à rouvrir leurs portes. On fait le point sur les ouvertures dans les centres commerciaux à Paris et en Île-de-France. Et d'ici là on peut toujours profiter de nombreuses offres en click & Collect.
Paris, capitale de la mode et du **shopping**, regorge de **grands magasins** et **centres commerciaux** ainsi que de **boutiques outlet** où faire de **bonnes affaires** pour toute la **famille**.

Quels sont les **Grands Magasins** et **centres commerciaux** que l'on retrouve à Paris et en Île de France dès le samedi 28 novembre 2020. Découvrez également les horaires d'ouverture et les service proposés durant le **confinement**.

Grands Magasins :

Tous droits réservés à l'éditeur

ERIC KAYSER : Du lundi au samedi de 7h à 20h et le dimanche de 7h à 15h
Vente à emporter, livraison via Uber Eats
FIVE GUYS : Du dimanche au vendredi de 11h30 à 21h. Le samedi de 11h à 21h
Vente à emporter, click & collect et livraison via Uber Eats et Deliveroo
LE CHURROS DU CHEF : Du lundi au dimanche de 11h à 21h.
Vente à emporter, click & collect et livraison via Uber Eats et Deliveroo
FRESH BURRITOS : Du lundi au dimanche de 11h à 20h30
Vente à emporter, click & collect et livraison via Uber Eats, Deliveroo et Just Eat
JOUR : Du lundi au dimanche de 11h à 21h
Vente à emporter, click & collect et livraison via Deliveroo
PARTIE DE CAMPAGNE : Du lundi au dimanche de 11h à 21h
Vente à emporter, click & Collect (tél. 01 43 40 44 11) et livraison via Uber Eats



Westfield Forum des Halles : le centre commercial au coeur de Paris

Au coeur de Paris se trouve le centre commercial Westfield Forum des Halles. Idéalement situé et fraîchement rénové, ce centre commercial a tout pour nous séduire. C'est d'ailleurs l'un des plus visités de France. Avec plus de 120 commerces, il propose une large gamme de produits et de marques allant de la mode à la beauté en passant par la culture. Rendez-vous vite dans le 1er pour une virée shopping qui promet d'être riche.
A partir de vendredi 30 octobre seuls certains commerces peuvent ouvrir (première nécessité, vente à emporter, click & collect,...).

Westfield Forum des Halles : Vous trouverez la liste ci-dessous (mise à jour régulièrement). Pour la restauration il s'agit de vente à emporter uniquement.

Alain Afflelou (10h-19h lundi-samedi, fermé le dimanche)
Epicerie Causses (10h-21h lundi-samedi, fermé le dimanche)
Champeaux
Chatime (11h30-19h30 lundi-dimanche)
Fnac (10-20h lundi-samedi / 11h-19h dimanche) - Rayon culture fermé (retrait de commande uniquement)
Darty (10h-20h lundi-samedi / 11h-19h dimanche)
Forum Services (10h-20h30 lundi-samedi / 11h-19h dimanche)
Grand optical (10h-20h30 lundi-samedi / 11h-19h dimanche)
Générale d'optique (10h-20h30 lundi-samedi / 11h-19h dimanche)
Jeff de Bruges (10h-19h lundi-samedi)
Le Chocolat Alain Ducasse
Monoprix (8h-21h lundi-samedi / 10h-20h dimanche)
Hema (11h-19h lundi-samedi)

Tous droits réservés à l'éditeur

MC DONALDS
PAZZI
PIZZA DEL ARTE
VENG HOUR
78 - Yvelines :



Westfield Parly 2 : le centre commercial du Chesnay (78)
Westfield Parly 2 c'est l'un des hauts lieux du shopping de l'Ouest parisien. 179 boutiques allant de l'hypermarché aux marques de mode les plus variées, 16 restaurants, et même une salle de cinéma, le moins qu'on puisse dire, c'est que l'éventail des choix est large à Parly 2. Alors rendez-vous dès à présent au Chesnay dans les Yvelines (78) pour une virée shopping haute en couleurs !

Parly 2 : Liste des commerces ouverts :

Commerces alimentaires :

Auchan
Monoprix
Boucheries Nivernaises
Comtesse du barry
Fruiterie / Ferme st Hubert
Jeff de Bruges
Laura Todd
Lenôtre
Lindt
Maison du chocolat
Nespresso
Nicolas
Oliviers & co
Palais des thés
Restaurants en vente à emporter et/ou livraisons à domicile :

Bigot
Brioche dorée
Ellis burger

Tous droits réservés à l'éditeur

La pharmacie : du lundi au samedi de 9h à 20h
Action (à partir du 3 novembre) : du lundi au dimanche de 8h30 à 20h
Clopinette : du lundi au samedi de 10h à 20h
Free : du lundi au samedi de 10h à 19h
Générale d'Optique : du lundi au samedi de 10h à 19h30
L'Opticien Concept : du lundi au vendredi de 12h à 18h
De plus, voici les enseignes ouvertes en drive (click & collect) :

La pharmacie : du lundi au samedi de 9h à 20h
Jules : du lundi au samedi de 10h à 11h
Kiabi : du lundi au samedi de 10h à 18h
Nyx (à partir du 4 novembre) : du lundi au samedi de 10h à 18h
Enfin, quelques restaurants sont ouvertes en drive :

Old Wild West : du lundi au dimanche de 11h30 à 15h puis de 18h30 à 22h
Marvelous : du lundi au dimanche de 11h à 21h

91 - Essonne :



Le centre commercial Evry 2 (91)

Evry 2 c'est le hot spot du shopping en Essonne. 225 boutiques allant de l'hypermarché aux marques de mode les plus variées, 16 restaurants, et même une salle de cinéma, le moins qu'on puisse dire, c'est que l'éventail des choix est large à Evry 2. Alors rendez-vous dès à présent dans le 91 pour une virée shopping haute en couleurs !

Evry 2 : Les boutiques ouvertes par secteur

ALIMENTAIRE :
Carrefour
Cofféa
Nicolas
Jeff de Bruges
Waffle Factory

OPTICIENS :
Alain Afflelou
La Générale d'Optique

Tous droits réservés à l'éditeur

COMMERCE

La Réunion aime les cavistes

Après avoir souffert comme tous les commerces de proximité, les cavistes connaissent depuis une vingtaine d'années un regain d'intérêt. L'INSEE a relevé une hausse de 27% du nombre de «commerces de détail de boissons en magasins spécialisés» entre 2008 et 2014.



Et ce alors que la consommation d'alcool, et de vin en particulier, ne cesse de baisser depuis des décennies : elle a été divisée par trois depuis 1960, et encore de 20% ces vingt dernières années. Un mystère ? Pas du tout : on consomme moins, et mieux, ce qui explique aussi qu'on ait davantage recours au savoir d'un caviste. Quoi de plus normal pour le pays du vin qu'est la France.

La France pays du vin, et La Réunion ?

Premier pays producteur de vin en valeur (l'Italie nous dépasse en volume), deuxième consommateur en valeur absolue... La France est le pays du vin par excellence. Peut-être se sentira-t-on moins directement concerné en tant que réunionnais. L'île ne participe que très modestement à la production nationale avec le Cilaos. C'est avec celui de Tahiti un des deux seuls vignobles français de l'hémisphère sud, et c'est celui qui est le plus haut perché.

S'étalant de 600 à 1300m d'altitude dans le cirque dont il porte le nom, le Cilaos reste une production limitée, environ 25 000 bouteilles par an.

Les conditions climatiques, les terrains escarpés, les oiseaux... nombreux sont les obstacles qu'affrontent tout au long de l'année les quelques passionnés qui font vivre le vignoble de Cilaos. «Depuis le rachat du chai de Cilaos par les chais de Bourbon, la qualité des premières cuvées laisse présager un bel avenir pour ces vins issus de terroirs de La Réunion» se réjouit la direction de Nicolas, caviste leader de l'île. Ces passionnés viennent d'être rejoints par d'autres aventuriers du vin qui viennent de planter 5 hectares de vigne à Saint Paul.

La Réunion consomme peu de vin

Sur l'île, ce sont quelques 11 millions de litres de vin qui sont importés chaque année, soient environ 13 litres par habitant. Nous sommes loin de la moyenne nationale qui s'établit à 40 litres. Si les spiritueux sont en revanche consommés davantage, une récente étude classe le département dans les plus sobres : la Réunion est une des régions françaises qui consomme le moins d'alcool au quotidien, comme les DROM en général. 5,8% des réunionnais dégustent de l'alcool tous les jours, contre une moyenne nationale à 10%, et des maximums à 12,3% et 12,6% pour l'Aquitaine et l'Occitanie . Les plus grandes régions viticoles de métropole...

La moindre proportion du vin dans la consommation tient aussi à son prix plus élevé qu'en métropole. Deux facteurs augmentent mécaniquement le tarif d'une bouteille : le transport et l'octroi de mer. Ce dernier taxe les vins à 36 % et les champagnes à 51%, un taux que compense la faible TVA de l'île, mais partiellement seulement.

Un caviste pour 10 000 habitants

Le marché du vin en deçà de la moyenne nationale n'empêche manifestement pas le réseau de cavistes de s'épanouir : environ 80 établissements sur l'ensemble de l'île. C'est deux fois plus qu'un département de population comparable comme l'Oise et autant que la ville de Marseille. Avec un caviste pour 11 000 habitants, la Réunion se situe dans la moyenne nationale, alors même que l'île consomme moins. Doit-on conclure que l'île consomme mieux ?

«Les réunionnais sont humbles sur leur connaissance du vin», nous confie Pierrick Grasland, caviste à Saint Denis. Là où les métropolitains sont très sûrs de ce qu'ils croient savoir, pas toujours à raison, un réunionnais est à la recherche de conseil. L'île dispose de tout ce qu'il faut pour cela.

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 27/11/2020
Heure : 04:31:55
Journaliste : Sébastien Garnier

www.francebleu.fr
Pays : France
Dynamisme : 300

Visualiser l'article

Les commerçants de Montpellier se préparent à rouvrir leurs portes

A partir de samedi tous les magasins dit "non essentiels" vont pouvoir à nouveau accueillir des clients. Ils étaient fermés depuis un mois. A Montpellier les commerçants du centre ville sont en plein préparatifs.



Le magasin Lacoste au Polygone de Montpellier © Radio France - Sébastien Garnier

Ce n'est pas encore le déconfinement mais ça y ressemble un peu. A partir de samedi tous les magasins dit "non essentiels" vont pouvoir rouvrir leurs portes. La fin de leur fermeture administrative aura finalement été avancée. Une réouverture rendue possible avec la décrue de l'épidémie de Covid-19.

"La bonne nouvelle c'est que cette réouverture se fasse samedi et pas le 1er décembre comme prévue initialement. ***On est tous très contents et on attend nos clients avec impatience"*** , Marie Cadillac responsable d'un magasin de chaussures au Polygone à Montpellier (Hérault) est ravie. A quelques heures de la réouverture, ses vendeuses s'activent comme dans une fourmilière.

On rentre de la marchandise mais surtout on prépare les offres promotionnelles. Il y a le Black Friday qui arrive le 4 décembre prochain et avant cela le pré Black Friday pour nos clients fidèles. Il faut que la vitrine et les rayons soient alléchants. Un peu comme pour les soldes.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Le gérant du magasin de vins Nicolas , rue de la Loge a eu la chance de rester ouvert pendant ce deuxième confinement mais il n'a pas travaillé autant que d'habitude. *" Ces dernières semaines, on a surtout vu les gens du quartier. Avec la réouverture de tous les commerces on va forcément avoir plus de monde. C'est indispensable car pour moi décembre représente un quart de mon chiffre d'affaire annuel"* précise Patrice Orset.

Patrice Orset gérant du magasin de vins Nicolas rue de la Loge à Montpellier

Audio:https://www.francebleu.fr/infos/economie-social/les-commercants-de-montpellier-se-preparent-a-rouvrir-leurs-portes-1606400619
Une jauge de 8m2 par client
Jean Gaillard qui tient une boutique de vêtements pour hommes près de la place de la Comédie décore sa vitrine aux couleurs de Noel et rappelle à son personnel les consignes sanitaires :

La boutique fait 120 m2 donc on pourra recevoir 10 clients au maximum en même temps, au delà, la porte sera fermée. Les clients attendront à l'extérieur.

Dans le salon Parten'Hair près de la préfecture, Isabelle Maffre a ressorti la tondeuse, elle coupe les cheveux de son collègue. Ils seront tout beaux et fin prêts pour la reprise *"nous avons fait quelques aménagements pour répondre au protocole sanitaire, par exemple, le vestiaire a été déplacé à l'entré du salon, les clients ne touchent à rien. De toute façon,* ***tout sera désinfecté après chaque passage*** *y compris la poignée de la porte"* . Pour ce premier jour il n'y aura sans doute pas de place pour tout le monde " *malheureusement on ne peut pas faire plaisir à tout le monde en même temps, les premiers qui appellent seront les premiers servis"* conclut-elle.

Reportage dans le centre ville de Montpellier

Audio:https://www.francebleu.fr/infos/economie-social/les-commercants-de-montpellier-se-preparent-a-rouvrir-leurs-portes-1606400619

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Parisien

Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 274892





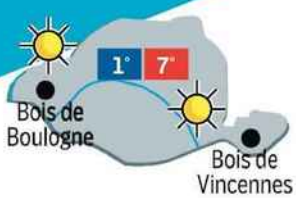
Date : 30 novembre 2020
Journaliste : MARIE-ANNE GAIRAUD



LUNDI 30 NOVEMBRE 2020

ÎLE-DE-FRANCE & OISE

L'actualité de vos départements 75



Tous droits réservés à l'éditeur

Le Parisien
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 274892

Date : 30 novembre 2020
Journaliste : MARIE-ANNE GAIRAUD

Les places de livraison bientôt mieux utilisées ?

Dès le premier trimestre, la Ville va mener une expérimentation dans le Marais pour une meilleure utilisation par les livreurs des places qui leur sont réservées.

STATIONNEMENT

PAR MARIE-ANNE GAIRAUD

QUI NE S'EST JAMAIS agacé de voir un livreur garé en double file en train de décharger son estafette alors qu'une place vide dédiée lui tend les bras un peu plus loin ? Et quel livreur n'a jamais pesté contre une automobile garée en toute illégalité sur une aire réservée devant un magasin ?

En résumé, les livraisons à Paris sont souvent synonymes... d'anarchie. « Pour éviter à nos livreurs de trop galérer, nous avons opté pour un horaire tôt le matin. Généralement les places sont libres, contrairement à la journée où bon nombre de professionnels se garent en double file et gênent la circulation », observe Thierry, gérant d'un magasin Nicolas dans le XIIe.

Les chiffres de la voirie parlent d'eux-mêmes. Près de deux tiers des livraisons se font en dehors des aires dédiées. Et avec chaque semaine, 1,1 million de mouvements à Paris (soit plus du quart des mouvements franciliens) liés au transport de marchandises... Cela fait beaucoup de sources d'accidents et d'embouteillages.

Une appli pour déclarer l'heure d'arrivée et de départ

La Ville a donc décidé d'essayer de mieux gérer l'utilisation des 9 000 places réservées en ayant recours à de nouvelles technologies. « Les professionnels ne nous en demandent pas plus mais ils voudraient plutôt qu'elles soient mieux adaptées ou situées, qu'elles ne soient pas installées le long d'une piste cyclable par exemple. Et surtout qu'elles soient mieux respectées », explique David Belliard, l'adjoint (EELV) chargé des transports.

Aujourd'hui, le système ne repose que sur la bonne volonté des livreurs à poser derrière leur pare-brise un disque bleu indiquant leur heure d'arrivée. L'arrêt est normalement limité à une demi-heure. Un système un peu vieillot qui ne permet pas aux professionnels de savoir s'ils trouveront des places. Ni à la Ville de bien contrôler ce stationnement ou de connaître le taux d'occupation/d'utilisation de ces aires de livraison.

D'où l'idée de moderniser le contrôle pour être à la fois efficace et pratique pour les usagers. Deux systèmes vont être testés sur les 168 places dédiées du Marais dans le cou-

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Parisien
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 274892

Date : 30 novembre 2020
Journaliste : MARIE-ANNE GAIRAUD

rant du premier trimestre. « L'idée est d'optimiser l'usage des places et de permettre aux professionnels de les réserver avant leur arrivée », poursuit David Belliard.

Premier système : une application pour smartphone. Le chauffeur n'aura qu'à déclarer son départ et son arrivée de la place. De quoi aiguiller ses collègues vers un emplacement et aussi alerter les agents de la Ville en cas de dépassement du temps d'occupation.

Le deuxième système, lui, passera par l'installation de caméras et de capteurs dans le sous-sol. Ils signaleront la présence d'un véhicule sur la place et enverront l'information aux agents verbalisateurs et aux autres livreurs. Plus coûteuse, cette technologie ne sera testée que sur 42 aires.

La Fédération nationale des transports routiers (FNTR) d'Ile-de-France, associée aux réflexions de la Ville, approuve l'expérimentation. « Tout l'intérêt pour nous est de lutter contre le stationnement sauvage sur les places normalement réservées aux professionnels », défend la FNTR.

Des livreurs plutôt... sceptiques

Sur le terrain néanmoins, les principaux concernés, eux, paraissent plutôt... sceptiques. « Honnêtement, quand j'ai juste un paquet à déposer, je ne vais pas perdre de temps à chercher une place de livraison. Je continuerai de me garer devant l'adresse », avoue Nouredine*.

« La limite d'une demi-heure est souvent insuffisante pour décharger. Alors nous préférons payer le stationnement en face de la boutique le temps nécessaire », admet Mohamed, un marchand de fruits et légumes du XIIe.

« L'espace public doit être mieux partagé entre les différents utilisateurs et cela pourrait y contribuer », juge David Belliard.

** Le prénom a été changé.*

Tous droits réservés à l'éditeur

V&S news
L'essentiel de l'actualité économique des Vins & Spiritueux

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : Du 27 novembre au 03 decembre 2020
Page de l'article : p.4
Journaliste : H.B.

Les magasins Nicolas ouvrent leur 2e cave à bières

FRANCE

Après une première ouverture l'an dernier à Saint-Cloud (92), le nouveau concept de cave à bières Craft Beers & Cie développé par Nicolas s'enrichit d'une seconde succursale (49 rue de la Harpe, 75005 Paris). Cette nouvelle cave, divisée en deux parties – la première étant dédiée aux bières avec près de 250 références, l'autre aux vins, aux champagnes et aux spiritueux – est ouverte tous les jours, du mardi au samedi, de 10 h à 13 h et de 14 h à 20 h. Contrairement à la succursale de Saint-Cloud, qui aurait vu sa fréquentation progresser de 50% cette année, cette deuxième cave, également ouverte à la dégustation sur place, ne dispose pas d'atelier de brassage. ■ *H.B.*

Tous droits réservés à l'éditeur

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

DECEMBRE 2020



Omnicom Public Relations Group



PRODUITS

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

LSA LA QUOTIDIENNE
Pays : FR
Périodicité : Quotidien





Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.48-50
Journaliste : SYLVIE LEBOU-LENGER

Accueil LSA

Enfin une bonne nouvelle: c'est le jour du Beaujolais Nouveau!

SYLVIE LEBOULENGER | BOISSONS, BOISSONS ALCOOLISÉES, BOISSONS ET LIQUIDES

PUBLIÉ LE 19/11/2020

TWITTER FACEBOOK LINKEDIN GOOGLE +

Comme chaque année, le Beaujolais Nouveau "sort" le troisième jeudi du mois de novembre. Si cet événement bachique sera gâché par la fermeture des bars et restaurants, les enseignes continuent de proposer ce vin dont la qualité s'est nettement améliorée. Voilà au moins une bonne nouvelle du jour alors que le déconfinement se fait attendre.

Tous droits réservés à l'éditeur



Le Beaujolais Nouveau Pierre Chanau, signature vins chez Auchan, est médaillé d'or.

Le Beaujolais Nouveau sort aujourd'hui, en ce troisième jeudi du mois de novembre. La France étant confinée, c'est en GMS et chez les cavistes restés ouverts que les consommateurs pourront l'acheter. Cette année encore, chaque enseigne ajoute son petit plus à ce vin qui ne se vend qu'en primeur. Celui d'Auchan, signé Pierre Chanau, a remporté la médaille d'or au Trophée Lyon Beaujolais Nouveau. Celui du caviste Nicolas est labellisé HVE (Haute Valeur Environnementale). Il sera vendu 5,25 euros le col.

L'an dernier, il s'est vendu 7 millions de cols de Beaujolais Nouveaux et Beaujolais Nouveaux Villages en grande distribution. Un circuit qui absorbe 55% des volumes vendus en France. Deux chiffres qui montrent que ce phénomène commercial, s'il ralentit un peu, reste important pour les consommateurs. La filière espère qu'ils seront fidèles à ce rendez-vous du cœur de l'automne. En effet, ce vin reste très exporté notamment au Japon et

Tous droits réservés à l'éditeur

aux Etats-Unis. Las, les portes de ces pays sont fermées en raison de la pandémie.

Accepter le changement

"Cette année inédite modifie singulièrement nos comportements, habitudes, et empêche les grandes festivités. Ensemble, nous devons accepter le changement. Nos vignerons du Beaujolais ont fait exprimer le meilleur de leurs terroirs malgré un millésime de l'extrême (sécheresse et précocité des vendanges) pour offrir des vins du Beaujolais tout en couleurs et saveurs, fruités, gourmands. Rien n'a arrêté leurs élans, leurs passions, tout comme les cavistes, restaurateurs, commerçants… Nous devons continuer à sauver nos savoir-faire, nos traditions, et le Beaujolais Nouveau fait partie de ces patrimoines qui nous sont chers", explique Dominique Piron, président d'Inter Beaujolais, l'Interprofession des vins du Beaujolais.

Des questions.... des réponses

Notons que cette interprofession a rénové le site beaujolaisnouveau.fr pour que les consommateurs puissent trouver les réponses aux questions qu'ils se posent sur ce vin. Depuis quand les Beaujolais Nouveaux existent ? Quel cépage les vignerons utilisent pour les élaborer ? Ils se déclinent seulement en rouge ? Comment on les élabore ? Sur ce site, les visiteurs retrouvent également des accords mets et vins et des conseils pour déguster les primeurs dans la meilleure des ambiances. Nouveauté aussi cette année, le site donne un accès aux professionnels de la filière, afin de les guider dans leur communication autour des Beaujolais Nouveaux (kits personnalisables), les renseigner sur le profil du millésime 2020, de la vinification beaujolaise ainsi que les bonnes températures de dégustation.

Tous droits réservés à l'éditeur

www.lamontagne.fr
Pays : France
Dynamisme : 113

Visualiser l'article

Couleur morose pour le beaujolais nouveau cuvée 2020 à Clemont-Ferrand

C'est d'ordinaire un rendez-vous que des foules entières ne voudraient pour rien manquer : l'arrivée du beaujolais nouveau. Avant tout une occasion "officielle" de trinquer. Las, la cuvée 2020 a comme un goût amer.

Sa robe lie de vin et ses saveurs de fruits rouges servaient bien souvent l'alibi à de généreuses agapes. Quand bien même bon nombre, depuis longtemps, délaissaient la primeur de ce cru des coteaux au frontières du Lyonnais, pour d'autres appellations ; moins riches en maux de tête et bords de lèvres noirs des lendemains qui déchantent.

N'en demeurait pas moins le respect d'une tradition, celle du beaujolais nouveau qui, cette année, a pris un sérieux coup de bouchon. Une mise en carafe, imposée par la crise sanitaire sur les moments festifs, qui a pris tout le monde de court ; si bien que nombreux sont ceux qui en avait même oublier la date.Comme une histoire de verre à moitié plein, autrement dit : à moitié vide, ainsi qu'en témoignent les chiffres sur l'agglomération clermointoise : aux caves de Grandseigne l'appétence pour ce vin dit « nouveau » s'est réduite de près de 50 %. Mêmes vendanges amères sous l'enseigne Nicolas où l'érosion coule régulièrement de 10 à 20 % au fil des cuvées, Et ce depuis une 1/2 dizaine d'années ", confirme le gérant. « Ne restent que les clients soucieux de tradition qui sacrifient à une ou deux bouteilles symboliques ».Un espoir cependant, en cette année si avare de distractions, l'occasion de mettre un peu de couleur dans un horizon encore bien morose.

Un Jour / Un Son avec le nouveau (et très bon) single de Billie Eilish «Therefore I Am»

« Les clients semblent plutôt heureux de constater que tout n'est pas systématiquement bouché et retrouvent le geste et le flacon histoire de faire comme si... Reste que cela sera évidemment moins festif avec la fermeture des bars et restaurants ».Il n'y a peut-être qu'à Chamalières, où le caviste de la rue Luftbéry, craint de manquer de flacons. « Ici il y a toute une génération qui veut rester fidèle à ce rendez-vous annuel ». Il est vrai qu'il reconnaît n'avoir commandé qu'en moindre quantité, ne sachant à quelle soif se fier.À défaut de beaux jours, pour le beaujolais de l'année, un moindre mal si ce n'est la migraine, habituelle compagne de cette ivresse labellisée.

0d7eCl0EPmoUvXAP0WePsto6oMgjPpr9H_A2FcVlLuDsiyGR3gP4Qj68yM45xAHiZ1icMO0kFH2nbXBgxk_itx2AJ5L.pubXpf3BITf_pthwZjY2

Tous droits réservés à l'éditeur

www.lamontagne.fr
Pays : France
Dynamisme : 113

Visualiser l'article



0d7eCl0EPmoUvXAP0WePsto6oMgjPpr9H_A2FcVIILuDsiyGR3gP4Qj68yM45xAHiZ1icMO0kFH2nbXBgxk_itx2AJ5L.pubXpf3BITf_pthwZjY2

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 19/11/2020
Heure : 09:18:38
Journaliste : Alexandre Abellan

www.vitisphere.com
Pays : France
Dynamisme : 5

Visualiser l'article

Originalité et simplicité pour le Beaujolais Nouveau des cavistes Nicolas



Cette bouteille est commercialisée 5,25 €. Deux autres cuvées sont proposées par Nicolas. - crédit photo : DR

Ludique, l'étiquette de la chaîne de caves témoigne d'une volonté de maintenir en toute simplicité un évènement festif depuis le domicile de ses consommateurs.

Sur l'étiquette des bouteilles de vin, l'interactivité n'est pas réservée aux seuls QR Code. La preuve avec l'étiquette du Beaujolais nouveau 2020 de la chaîne de cavistes Nicolas (500 caves en France et 60 à l'étranger). Découpé dans le papier, la silhouette d'un verre de vin se vide progressivement à mesure que le flacon est dégusté. La tradition étant prise de changer à chaque millésime l'étiquette de ce primeur, *« on se creuse la tête toutes les années »* reconnaît Christopher Hermelin, le directeur marketing de Nicolas (groupe Castel Frères).

Mis en vente comme chaque année ce troisième jeudi de novembre, le flacon peut être réservé pour une livraison à domicile depuis lundi, afin de contrer les effets de la crise du coronavirus. *« L'objectif est d'avoir un produit de partage : simple et léger. Les apéros en visioconférences et plein d'autres initiatives permettent de ne pas s'arrêter de vivre, de maintenir des évènements et donner du baume au cœur »* pointe Christopher Hermelin.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

HVE

Si cette cuvée s'essaie au *« cliquer/collecter »* par la force du contexte sanitaire, elle affiche pour la première fois la certification Haute Valeur Environnementale (HVE) indique Christopher Hermelin. Si les volumes de Beaujolais Nouveaux vendus par les cavistes Nicolas sont en baisse, le directeur marketing ne souhaitent pas en communiquer le détail.

Tous droits réservés à l'éditeur

Cuisine
& des Tendances

Date : 19/11/2020
Heure : 08:14:09
Journaliste : Christophe Hamieau

cuisine-et-des-tendances.com
Pays : France
Dynamisme : 6

Visualiser l'article

Le Beaujolais Nouveau se déconfine aujourd'hui ! | Cuisine & des Tendances



En ce 3e jeudi du mois de novembre nous ne pouvons que célébrer une tradition vinicole française, le Beaujolais Nouveau. Malgré le confinement les professionnels, du vigneron au caviste, se sont mobilisés pour permettre d'accueillir ce millésime 2020.

La 20ème édition du Trophée Lyon-Beaujolais Nouveau s'est tenue les 12,13 et 14 novembre 2020 à Villefranche sur Saône. Il s'agit de l'unique concours officiel des vins Nouveaux porté par l'expertise des Œnologues de France.

Reconnu par les professionnels et les amateurs, le Trophée Lyon Beaujolais Nouveau permet notamment de mettre en lumière le millésime qualitatif des Beaujolais.

Cette année, 357 échantillons ont été dégustés et 129 vins ont été distingués :
– 18 Médailles d'Or Grand Prix du Trophées
– 72 Médailles d'Or
– 29 Médailles d'Argent

Tous droits réservés à l'éditeur

Alors certes, pour déguster ces bonnes cuvées du millésime 2020 (palmarès à retrouver ici), cela ne va pas être aussi festive qu'on aurait pu l'espérer en raison des dispositions prises pour lutter contre la propagation du virus COVID-19.

Mais comme l'a souligné récemment Dominique Piron, Président d'Inter Beaujolais, l'Interprofession des vins du Beaujolais, *« L'interprofession des vins du Beaujolais a imaginé des solutions alternatives en lien avec l'actualité que nous vivons. Des outils de communication collectifs ont été mis en place pour la campagne des Beaujolais Nouveaux, mais aussi des outils plus individuels (affiches, vidéos, visuels pour les réseaux sociaux, bannières de sites et signatures emails… le vigneron peut personnaliser chaque outil). Les maisons et domaines du Beaujolais, les Bistrots Beaujolais et tous les ambassadeurs du vignoble invitent les amateurs à consulter le site web Rendez-Vous Beaujolais pour être au courant des rendez-vous dédiés aux Beaujolais Nouveaux. Ils découvriront sur la plateforme différentes occasions de découvrir et déguster le nouveau millésime : drive, ventes à emporter, paniers sur-mesure… Ici et là, les ambassadeurs mettent en place des initiatives pour célébrer les Beaujolais Nouveaux 2020 ».*

Comme par exemple les magasins Nicolas qui, comme chaque année depuis 1966 chez Nicolas e 3 ème jeudi de novembre célèbrent aujourd'hui la sortie du Beaujolais Nouveau. Cette année ce sera avec une cuvée bénéficiant de la mention Haute Valeur Environnementale (HVE) proposée à 5,25 euros la bouteille. Pour rappel cette mention garantit que les pratiques agricoles utilisées sur l'ensemble d'une exploitation préservent l'écosystème naturel et réduisent au minimum la pression sur l'environnement (sol, eau, air, paysage).

L'enseigne rappelle que ses caves restent ouvertes pendant le confinement et mettent à disposition de leurs clients différents modes d'achats afin de les accueillir en toute sécurité. Un drive Piéton a été mis en place pour éviter les files d'attente en magasin. La livraison à domicile est également encouragée (express sous 24h ou standard sous 72h).
Chez Lavinia c'est le Beaujolais Nouveau du Domaine Philippe Viet – Bojo Le Clown 2020 qui est mis à l'honneur, avec un prix de vente de 8,50 euros.

Enfin dernier exemple, chez Vineopostale.com on propose carrément un coffret Ambassadeur Beaujolais avec la mise en avant du Domaine des Marrans. Le coffret accueille ainsi deux flacons de Beaujolais Nouveau Rouge 2020, un flacon de Beaujolais Blanc « Chardonnay », un de Chiroubles « Aux Cotes » et un de Fleurie Pour « Terroir Champagne » avec un verre Polymaster Inc. Royal Glass afin de pouvoir les déguster comme il se doit. Prix du coffret 100 euros.

Tous droits réservés à l'éditeur

LE FIGARO magazine
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 388700





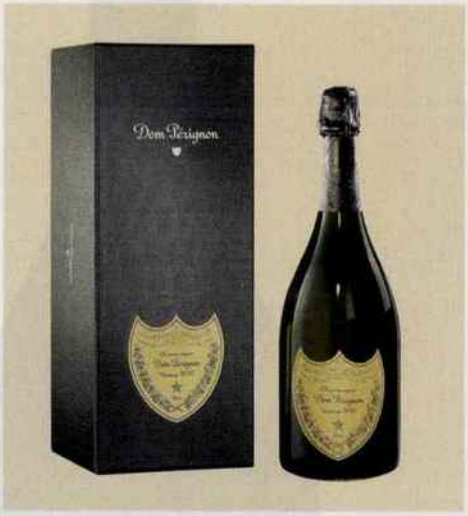
Date : Du 20 au 21 novembre 2020
Page de l'article : p.148,150,152,1
Journaliste : Valérie Faust

Spécial Champagne

Notre sélection DES COFFRETS À DÉGUSTER

Cette année, les maisons de champagne conjuguent créativité et développement durable.

Par Valérie Faust





LAURENT-PERRIER un hommage au Grand Siècle
La cuvée Grand Siècle se glisse dans un écrin en métal argenté qui s'ouvre à l'aide d'un fermoir sur le côté. Elle rend hommage à l'apogée de l'art de vivre à la française au cours du Grand Siècle du Roi-Soleil. L'élégante parure se réutilisera avec toute autre bouteille de Grand Siècle pour en sublimer le service.
Prix : 160 € *(Publicis Drugstore Paris)*

LOUIS ROEDERER le captivant
Envoûtant, enjôleur, soyeux, Cristal Vinothèque Brut 1999 vient tout juste d'être mis en marché. Racé, marqué par les parfums d'épices d'Orient et la craie rayonnante, il s'invite dans un coffret brun rehaussé d'or, à l'image de l'étiquette, de la coiffe et de la collerette apposées sur le flacon transparent.
Prix : 1 000 €
(La Grande Épicerie de Paris)

BOLLINGER une petite merveille
Le couvercle blanc du coffret en bois coulisse et La Grande Année 2012 apparaît dans son élégant contenant, prête à passer à table en compagnie de mets sophistiqués. Généreuse, intense, cette petite merveille qui a été bichonnée à souhait pourra également se conserver longtemps en cave.
Prix : 140 € *(cavistes)*

DOM PÉRIGNON personnalisable
Avis aux collectionneurs et amateurs de vins d'exception ! Jusqu'au 11 janvier 2021, sur le coffret noir chiquissime de Dom Pérignon Vintage 2010, vous aurez le loisir de faire graver des initiales (jusqu'à trois lettres) sur le blason en métal doré reconnaissable entre tous.
Prix : 169 € *(corner Dom Pérignon à La Grande Épicerie de Paris Rive Gauche)*

BARONS DE ROTHSCHILD classieux
Enveloppée dans un papier de soie gris clair minutieusement plié comme un cadeau princier, apprêtée, la superbe cuvée The Rothschild Rare Vintage 2010 se loge dans un luxueux coffret en bois gris souris. Il s'ouvre à l'aide d'un bouton pressoir, à la façon des écrins des bijoutiers. À l'intérieur, un petit fascicule décrit la cuvée en plusieurs langues.
Prix : 230 € *(Champagne-bdr.com)*

TAITTINGER de la noblesse
L'écrin blanc et or évoque la pureté de la superbe cuvée Comtes de Champagne Grands Crus Blanc de Blancs 2008 tout en la protégeant de la lumière. Toujours millésimé, issu des cinq Grands crus de la Côte des Blancs, ce très beau vin escortera les mets les plus raffinés.
Prix : 162 € *(cavistes)*

DEUTZ que d'Amour !
L'écrin Complicité Amour de Deutz abrite Amour de Deutz 2010 et 2 flûtes Amour en cristallin dont le pied sculpté représente la statue ornant la cour d'honneur de la maison. Encore jeune, le champagne qui illustre la quintessence des plus beaux chardonnays, peut encore grandir.
Prix : 210 € *(cavistes, épiceries fines)*

VEUVE CLICQUOT PONSARDIN se fait une fleur
Peintre, sculptrice, auteur, cinéaste… L'artiste japonaise Yayoi Kusama a sublimé le coffret de La Grande Dame 2012. Les pois de différentes tailles et couleurs symbolisent les bulles, la fleur imposante et colorée interprète les arômes floraux du champagne, le jaune Clicquot rappelle les couleurs de la maison.
Prix : 190 € *(cavistes)*

SDP

Tous droits réservés à l'éditeur

LE FIGARO magazine
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 388700

Date : Du 20 au 21 novembre 2020
Page de l'article : p.148,150,152,1
Journaliste : Valérie Faust





POL ROGER
Tess Costil, étudiante à Auckland (Nouvelle-Zélande), a remporté la Winston Churchill Design Competition 2019 et, avec ce concours, le droit d'illustrer l'étui de fin d'année de Pol Roger qui recueille le savoureux Brut Réserve. Une création évoquant la célèbre toile, *The Goldfish Pool at Chartwell,* de l'homme d'État britannique qui avait souvent exposé de son vivant.
Prix : 39 € *(cavistes)*

MOËT & CHANDON Impérial
Il ou elle s'appelle Daniel, Laura, Noémie… C'est le moment de marquer le coup avec un coffret en aluminium imprimé de son prénom. En doré pour la cuvée emblématique de la maison Moët Impérial ou en rose avec Moët Impérial Rosé, plus spontané.
Prix : 42,50 € le blanc et 54,90 € le rosé *(La Grande Épicerie de Paris, et sur Lagrandeepicerie.com)*

G.H. MUMM
Le nouvel étui cadeau rouge et or interprète fort bien Cordon Rouge, sa robe dorée et le fameux ruban rouge qui creuse un sillon dans le verre du flacon. Depuis 1876, la cuvée emblématique prône le pinot noir, signature de la maison.
Il domine l'assemblage, un style que va désormais perpétuer le nouveau chef de cave, Laurent Fresnet.
Prix : 26 €
(grande et moyenne distribution)

HENRIOT lumineux
L'étui Lumière s'inspire du mouvement délicat provoqué par l'effervescence du Brut Souverain. Chacune des bulles qui apparaissent sur le coffret a été traitée différemment : embossée, gaufrée, mate, brillante. Idéal à l'apéritif, le champagne pourvu de notes briochées et fruitées, se veut le porte-drapeau de l'élégance de la maison.
Prix : 52 € *(cavistes)*

PHILIPPONNAT royal
En bois et carton rigide noir, aimanté, l'écrin s'ouvre sur deux bouteilles de la cuvée Royale Réserve Brut, ample, vineuse, fruitée rouge (groseille, framboise), ainsi nommée en hommage aux ancêtres de la famille Philipponnat. Cette dernière en effet, fournissait Louis XIV, les magistrats et les maires royaux d'Aÿ.
Prix : 97 € *(Lavinia)*

CHARLES HEIDSIECK glamour
Habillé de noir et d'or, le flacon de Charles Heidsieck Brut 2012 expose ses coloris dans un coffret assorti. Le noir extérieur souligne avec distinction l'intérieur tapissé d'or et le petit livret doré qui définit les qualités du champagne. Séduisant dès aujourd'hui, il est également taillé pour la garde (10 ans).
Prix : 89 € *(épiceries fines)*

GOSSET en noir et or
Pensée par Albert Gosset avec le millésime 1988, la prestigieuse cuvée Celebris est l'expression la plus aboutie du style Gosset. Pour honorer le millésime 2007 extra-brut, la maison lui a offert une superbe boîte effet cuir noir somptueusement marquée du logo Celebris en dorure à chaud. Elle s'ouvre grâce à un petit ruban de satin noir.
Prix : 140 € *(cavistes)*

NICOLAS FEUILLATTE convivial
Façonné afin de s'allier à toutes sortes de mets, des plus simples aux plus sophistiqués, Terroir Premier Cru est, de fait, un champagne de partage et de convivialité. D'ailleurs, il est accompagné par 4 verres installés dans une cassette dont le couvercle se soulève par le haut.
Prix : 59 € *(254, rue du Faubourg-Saint-Honoré, Paris 8e)*

CATTIER tout blanc
Lignes sobres et épurées pour le coffret en bois laqué blanc de Cattier qui héberge le Blanc de Blancs Premier Cru en magnum. Le champagne a patienté au moins quatre ans en cave avant d'en sortir, bien déterminé à affronter les apéros des réveillons, plateaux de fruits de mer, poissons nobles sauce crémée…
Prix : 110 € le magnum *(Boutique.cattier.com)*

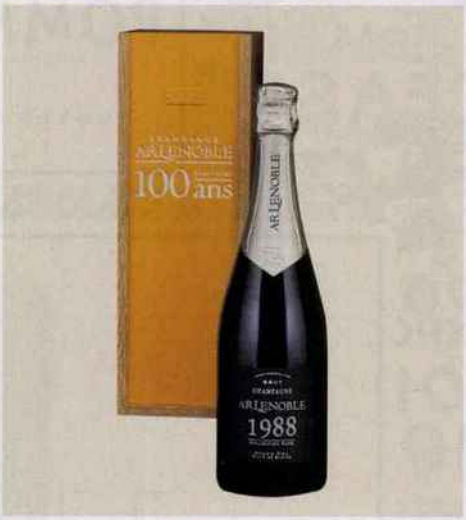
SDP

Tous droits réservés à l'éditeur

LE FIGARO magazine
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 388700

Date : Du 20 au 21 novembre 2020
Page de l'article : p.148,150,152,1
Journaliste : Valérie Faust





CASTELNAU trois en un
Encadré par 2 flûtes gravées de l'éclat, symbole de la maison, le Blanc de Blancs 2006 aux notes florales et d'agrumes trône fièrement au centre du coffret noir et blanc. Le champagne s'associera avec des amuse-bouches à base de crabe ou encore un tartare de saint-jacques.
Prix : 61,50 €
(Boutique.champagne-castelnau.fr)

POMMERY souvenir d'Afrique
Après l'Inde, l'Australie, l'Amérique du Sud et le Japon, Pommery enrichit sa World Collection avec un étui haut en couleur. Nommé Wax, il s'inspire des motifs bigarrés qui se dessinent sur les pagnes africains et recueille le Brut Royal, la cuvée emblématique de la maison, composée de 40 crus.
Prix : 29,90 € *(grande distribution)*

BRIMONCOURT
dans les grandes largeurs
La transparence de l'écrin Lévitation by Brimoncourt veut mettre en exergue la luminosité, la brillance et la pureté de sa cuvée signature, le Brut Régence. Conçu sur mesure pour recevoir un jéroboam, le réceptacle géant, muni d'une poignée en cuir, a été conçu et assemblé à la main en France.
Prix : 280 € *(info@brimoncourt.com)*

BOIZEL un petit bijou
La maison a donné carte blanche à Sylvia Toledano, créatrice parisienne de bijoux sertis de quartz noir, turquoise, cornaline, malachite, lapis-lazuli… Des pierres semi-précieuses qu'elle a disposées sur la collerette et l'étiquette rose du flacon Boizel Rosé ainsi que sur l'élégant étui coloré et doré.
Prix : 48 € *(03.26.55.21.51)*

THIÉNOT partenariat artistique
L'amitié qui s'est soudée entre Garance Thiénot et l'artiste de peinture urbaine Speedy Graphito les a menés à une collaboration durable. Speedy signe ainsi un troisième opus pour la maison. Un magnum de Thiénot Brut galbé par une pochette sur laquelle se dessine une nature victorieuse et vivante, chère au cœur de son auteur.
Prix : 100 € le magnum *(cavistes)*

PIERRE MIGNON cœurs à prendre
Cœur d'Or millésime 2009, généreux et complexe, se coule dans un flacon métallisé étincelant. Il résulte du procédé « sublimation rouge » qui enveloppe la cuvée dans plusieurs couches faisant resplendir la bouteille. Elle s'accompagne d'un cœur Swarovski incrusté de strass. Le tout niché dans un coffret noir imprimé de lettres rouges et or.
Prix : 78 €
(Eshop.boutiquepierremignon.com)

JEEPER en relief
Pour son Brut Grand Cru issu de chardonnay à 98 % et de pinot noir (2 %), floral et fruité, Jeeper a choisi un superbe coffret noir en *soft touch* avec inscription or à chaud de la marque. Sur une bonne partie de l'écrin, l'initiale J en relief se répète à l'infini.
Prix : 125 € *(cavistes)*

AR LENOBLE 100 ans déjà
Anne et Antoine Malassagne ont ouvert la cave personnelle du domaine familial et indépendant depuis quatre générations, afin d'en extraire de précieux flacons anciens pour les mettre en marché à l'occasion du centenaire d'AR Lenoble en 2020. Son Édition Collector de 4 millésimes contient les 1982, 1986, 1988 et 1998, chacun en coffret numéroté du centenaire.
Prix : 1 600 € *(03.26.58.65.57)*

LANSON à table !
La lettre L comme Lanson s'écrit en majuscule dorée sur le coffret noir qui héberge Black Réserve. Cette nouvelle cuvée qui combine fraîcheur, maturité et vitalité a été imaginée par le chef de cave Hervé Dantan à son arrivée en 2013 afin d'inscrire ce vin dans l'univers de la gastronomie.
Prix : 39 € *(cavistes)*

SDP

Tous droits réservés à l'éditeur

LE FIGARO magazine
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 388700

Date : Du 20 au 21 novembre 2020
Page de l'article : p.148,150,152,1
Journaliste : Valérie Faust



CANARD-DUCHÊNE en trio
Composé de la cuvée Léonie ainsi que de 2 flûtes portant le nom de la maison, le coffret de Canard-Duchêne arbore un design épuré, dans les tons or et blanc. Il tient à rendre hommage à Léonie, la fondatrice de la maison en 1868.
Prix : 36 € *(Canard-duchene.fr)*

BESSERAT DE BELLEFON cocorico !
La cuvée Blanc de Blancs se veut la signature haute couture de la maison. Elle se blottit dans un coffret sur le couvercle duquel sa silhouette se dessine, comme une ombre. L'intérieur porte les couleurs bleu, blanc, rouge et, sur le côté de la boîte, le slogan « Liberté, élégance et simplicité » définit la façon de consommer le champagne Besserat de Bellefon.
Prix : 55 € *(Nicolas)*



LE BRUN DE NEUVILLE
Gravés du nom de la maison, deux verres élancés signés Italesse, d'une contenance de 30 cl, escortent le champagne Côte Blanche Blanc de Blancs. Ce délicieux brut sans année qui provient de chardonnay exclusivement, met fort avantageusement en avant le principal cépage du vignoble de la coopérative.
Prix : 45 € *(03.26.80.48.43)*

RUINART écoconçu
Emmitouflé dans un manteau blanc réalisé en pâte à papier rigide, intitulé « Seconde Peau » car il gaine les courbes du flacon R de Ruinart 2011, l'étui écoconçu 100 % recyclable a nécessité 7 prototypes avant sa mise au point. La coque en fibres de cellulose (pâte à papier) protège de la lumière, est adaptée au réfrigérateur et au seau à glace.
Prix : 73 € *(La Grande Épicerie de Paris)*

BILLECART-SALMON en boîte écolo
Trois cuvées de la maison se calfeutrent dans un coffret écolo nommé Exc3ptions. L'iconique Brut Rosé, le Blanc de Blancs Grand Cru et le Brut Sous Bois vinifié en fût de chêne se rangent dans cette boîte 100 % carton recyclé certifié FSC, conçue avec des colorants pigmentaires composés à 80 % d'eau, et une colle sans solvant.
Prix : 230 € *(Champagne-billecart.fr)*

PERRIER-JOUËT recyclable et française
Issue de deux années de recherche et développement, l'élégante Eco Box entièrement recyclable accueille la cuvée Blanc de Blancs, florale, fruitée et minérale. Les anémones chères à la maison se dessinent en relief sur l'écrin blanc mat 100 % français, réalisé grâce à des techniques de gaufrage avancées afin de minimiser la consommation d'encre.
Prix : 64 € *(cavistes)*

DRAPPIER 100 % recyclable
Façonné sans colle, ni agrafe, ni aimant, totalement recyclable, le coffret Sortie entre amis a été imaginé par la jolie Charline Drappier (8e génération). Il renferme des accessoires et objets fabriqués en France tels qu'un sac en coton bio, un Opinel, deux serviettes en lin lavé naturel et, la dernière cuvée (bio) en date de la maison, Clarevallis.
Prix : 139 € *(03.25.27.40.15)*

JOSEPH PERRIER responsable
Créé en édition limitée, certifié FSC, issu de sources responsables, l'étui montre un jeu subtil et ludique des lettres qui composent le nom de Joseph Perrier, certaines en doré. L'écrin offre l'hospitalité à la cuvée Royale Brut qui a fait connaître la maison en 1825. La distinction « Royale » fut attribuée aux cuvées par la reine Victoria et le roi Édouard VII.
Prix : 36 € *(cavistes)*

PALMER & Co coup double
Deux spécialités, 2 signatures, 2 cuvées donc se côtoient dans l'élégant coffret noir en carton recyclé de Palmer & Co. Le Blanc de Blancs pur, frais, élégant, ainsi que le Blanc de Noirs agrémenté d'une solera de pinots noirs, plus charpenté.
Prix : 99 €
(Boutique.champagnepalmer.fr)

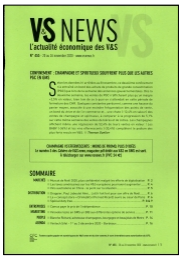
Valérie Faust

SDP

Tous droits réservés à l'éditeur

V&S news
L'essentiel de l'actualité économique des Vins & Spiritueux

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





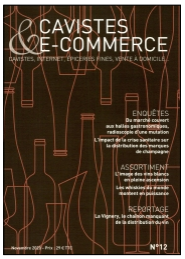
Date : Du 20 au 26 novembre 2020
Page de l'article : p.6
Journaliste : T.G.

Barton & Guestier entre chez Nicolas

FRANCE

Le catalogue de Noël de Nicolas consacre deux pleines pages en tout début de ce magazine de 164 pages, à l'arrivée dans ses magasins « *d'une sélection exclusive parmi leurs meilleures bouteilles, spécialement réservée à Nicolas* » de la plus vieille maison de négoce de Bordeaux, aujourd'hui, comme Nicolas, également filiale du groupe Castel. ■ ***T.G.***

Tous droits réservés à l'éditeur





DOSSIER

LE MONDE DU WHISKY NE CONNAÎT PLUS DE FRONTIÈRES

Après le Japon et la France, de nouveaux pays trouvent peu à peu leur place sur la mappemonde du whisky. Même si elle est encore timide, leur arrivée sur le marché français dynamise la catégorie des whiskies du monde et contribue à son développement.

Depuis une quinzaine d'années, de nombreux pays, partout dans le monde, se sont lancés dans la production de whisky. « *Amrut (Inde) et Kavalan (Taïwan) ont été de véritables précurseurs et ils ont conservé ce statut*, explique Thierry Bénitah, le Pdg de La Maison du Whisky, leur distributeur sur le marché français. *Mais la plupart des nouveaux pays producteurs ont un peu le même problème que la France : ils produisent peu de volume et de ce fait ont du mal à s'exporter.* » Toutefois, le nombre de distilleries disponibles sur le marché français ne cesse de se développer. « *Pour un caviste, référencer les whiskies de ces nouveaux pays producteurs permet de faire découvrir de nouveaux horizons et répondre à l'attente de nouveautés des consommateurs* », note Alexandre Kubiak, le propriétaire des Grands Alambics. Un point de vue partagé par Charlie Wilson, directeur des achats de Nysa : « *C'est une catégorie qui bouge beaucoup mais qui est encore embryonnaire. Cela dit, c'est important de montrer que cela existe.* » D'autant plus que ces whiskies ne sont quasiment pas présents en GMS.



L'ASIE, CHEF DE FILE DES WHISKIES DU MONDE

Le succès des whiskies japonais semble inspirer d'autres pays asiatiques, à commencer par Taïwan. Après Kavalan, qui a commercialisé son premier whisky en 2008 et collectionne les médailles, Yushan a fait une arrivée remarquée sur le marché français. « *Yushan est une marque importante pour nous : nous vendons un peu plus de 80000 cols/an*, annonce Audrey Dassié, directrice marketing & communication de Whiskies du Monde. *La gamme compte trois single malts complémentaires : une version classique, une version vieillie en fûts de sherry et, depuis septembre, une version tourbée, Yushan Signature Smoky (70 cl, 46°, PVC : 68 €). Par ailleurs, sur les douze derniers mois, nous avons vendu environ 40000 cols de Paul John en France, ce qui est une très belle performance au sein de la catégorie relativement récente des whiskies indiens.* » Paul John a d'ailleurs enrichi sa gamme avec une édition limitée baptisée Christmas (70 cl, 46°, PVC : 67 €) et un embouteillage commercialisé en exclusivité chez Nicolas : Paul John Pondicherry (70 cl, 43°, PVC : 44,80 €).









Tous droits réservés à l'éditeur

« Nous venons aussi de prendre la distribution de Hwayo X.Premium (50 cl, 41°, PVC : 50 €) pour répondre aux attentes des amateurs de whiskies exotiques. Il s'agit d'une distillerie de whisky sud-coréenne qui élabore un single grain produit exclusivement à partir de riz. Seules 2500 bouteilles seront disponibles en 2020. »



UNE CATÉGORIE EXTRÊMEMENT DYNAMIQUE

Si l'Asie est une véritable locomotive pour les whiskies du monde, d'autres pays sont en passe de s'imposer sur la planète malt. « *L'Australie et la Suède sont des pays qui ont une vraie culture whisky*, souligne Thierry Bénitah (La Maison du Whisky) qui distribue les whiskies australiens Starward, Hellyers Road et Sullivans Cove, et le malt suédois Mackmyra. *Chez les cavistes, ce sont des expressions qui marchent bien et qui séduisent une clientèle d'amateurs.* »



L'Angleterre, qui n'avait plus distillé pendant plus d'un siècle, fait aussi un retour remarqué sur la mappemonde des jeunes pays producteurs. « *La distillerie Saint George installée à Norfolk, qui produit les whiskies The English Whisky Co, a été la première à se lancer il y a près de quinze ans*, raconte François Sommer, en charge de sa distribution. *Elle a été fondée par une famille productrice d'orge très impliquée dans l'agriculture durable. N'étant pas soumises aux règles de la SWA, les distilleries anglaises ont une liberté totale d'action. En plus de la gamme permanente qui comprend The Original (70 cl, 43°, PVC : 59 €) et Smokey (70 cl, 43°, PVC : 59 €), The English Whisky Co lance d'ailleurs des éditions saisonnières originales.* » De quoi séduire les cavistes à l'instar de Cotswolds et Bimber distribués par La Maison du Whisky. « *Les Anglais tirent leur épingle du jeu*, constate également Thierry Bénitah. *Pour ces deux distilleries, la France est d'ailleurs le second marché après le Royaume-Uni. Elles connaissent le même engouement que la distillerie galloise Penderyn à ses débuts.* »





Au regard de l'attrait de ces jeunes distilleries et du nombre de projets qui voient le jour aux quatre coins de la planète, l'avenir des whiskies du monde semble placé sous les meilleurs auspices. ■

L'INTÉRÊT DES EMBOUTEILLEURS INDÉPENDANTS

Preuve supplémentaire que les whiskies de jeunes pays producteurs ont du potentiel : ils trouvent désormais leur place dans les collections d'embouteillages indépendants comme celles de l'Écossais That Boutique-y Whisky Company, Private Bottling de Dugas, ou encore de La Maison du Whisky qui, pour fêter le 10e anniversaire de sa gamme Artist, a lancé une série baptisée Artist International. Comme son nom l'indique, cette dernière met exclusivement à l'honneur des distilleries qui, en moins de vingt ans, sont devenues des références dans leur pays, que ce soit au Japon et en France mais aussi en Inde, en Australie ou au Pays de Galles. Au programme : Kornog Over 10 (70 cl, 59,5°, PVC : 159 €), Penderyn 10 ans (70 cl, 60°, PVC : 239 €), Amrut 10 ans (70 cl, 61,8°, PVC : 295 €), Kavalan 10 ans (70 cl, 57,8°, PVC : 349 €), Sullivans Cove Over 10 (70 cl, 66,7°, PVC : 450 €) et Chichibu 10 ans (70 cl, 56,5°, PVC : 590 €).



Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 19/11/2020
Heure : 09:33:51
Journaliste : Sylvie Leboulenger

www.lsa-conso.fr
Pays : France
Dynamisme : 13

Visualiser l'article

C'est le jour du Beaujolais Nouveau

Comme chaque année, le Beaujolais Nouveau "sort" le troisième jeudi du mois de novembre. Si cet événement bachique sera gâché par la fermeture des bars et restaurants, les enseignes continuent de proposer ce vin dont la qualité s'est nettement améliorée. Voilà au moins une bonne nouvelle du jour alors que le déconfinement se fait attendre.



Le Beaujolais Nouveau Pierre Chanau, signature vins chez Auchan, est médaillé d'or.

Le Beaujolais Nouveau sort aujourd'hui, en ce troisième jeudi du mois de novembre. La France étant confinée, c'est en GMS et chez les cavistes restés ouverts que les consommateurs pourront l'acheter. Cette année encore, chaque enseigne ajoute son petit plus à ce vin qui ne se vend qu'en primeur. Celui d'Auchan, signé Pierre Chanau, a remporté la médaille d'or au Trophée Lyon Beaujolais Nouveau. Celui du caviste Nicolas est labellisé HVE (Haute Valeur Environnementale). Il sera vendu 5,25 euros le col.

L'an dernier, il s'est vendu 7 millions de cols de Beaujolais Nouveaux et Beaujolais Nouveaux Villages en grande distribution. Un circuit qui absorbe 55% des volumes vendus en France. Deux chiffres qui montrent que ce phénomène commercial, s'il ralentit un peu, reste important pour les consommateurs. La filière espère qu'ils seront fidèles à ce rendez-vous du cœur de l'automne. En effet, ce vin reste très exporté notamment au Japon et aux Etats-Unis. Las, les portes de ces pays sont fermées en raison de la pandémie.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Accepter le changement

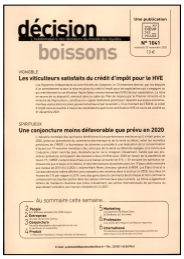
"Cette année inédite modifie singulièrement nos comportements, habitudes, et empêche les grandes festivités. Ensemble, nous devons accepter le changement. Nos vignerons du Beaujolais ont fait exprimer le meilleur de leurs terroirs malgré un millésime de l'extrême (sécheresse et précocité des vendanges) pour offrir des vins du Beaujolais tout en couleurs et saveurs, fruités, gourmands. Rien n'a arrêté leurs élans, leurs passions, tout comme les cavistes, restaurateurs, commerçants… Nous devons continuer à sauver nos savoir-faire, nos traditions, et le Beaujolais Nouveau fait partie de ces patrimoines qui nous sont chers", explique Dominique Piron, président d'Inter Beaujolais, l'Interprofession des vins du Beaujolais.

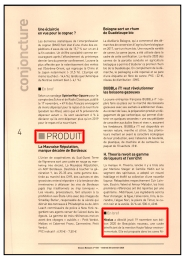
Des questions.... des réponses

Notons que cette interprofession a rénové le site beaujolaisnouveau.fr pour que les consommateurs puissent trouver les réponses aux questions qu'ils se posent sur ce vin. Depuis quand les Beaujolais Nouveaux existent ? Quel cépage les vignerons utilisent pour les élaborer ? Ils se déclinent seulement en rouge ? Comment on les élabore ? Sur ce site, les visiteurs retrouvent également des accords mets et vins et des conseils pour déguster les primeurs dans la meilleure des ambiances. Nouveauté aussi cette année, le site donne un accès aux professionnels de la filière, afin de les guider dans leur communication autour des Beaujolais Nouveaux (kits personnalisables), les renseigner sur le profil du millésime 2020, de la vinification beaujolaise ainsi que les bonnes températures de dégustation.

Tous droits réservés à l'éditeur

DÉCISION boissons
L'hebdomadaire des décideurs du monde des liquides
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : 20 novembre 2020
Page de l'article : p.4-5

PRODUIT

En bref

Nicolas a dévoilé jeudi 19 novembre son édition 2020 de Beaujolais nouveau, une cuvée bénéficiant de la mention Haute Valeur environnementale. Elle est proposée dans les caves Nicolas qui restent ouvertes et ont mis en place le drive piéton et la livraison à domicile.
Prix : 5,25 €

Tous droits réservés à l'éditeur

60 millions de consommateurs
Pays : FR
Périodicité : Mensuel





Date : Decembre 2020
Page de l'article : p.15-20
Journaliste : MARYSE SARGIS AVEC ANTOINE HAENTJENS ET THOMAS PEYDRO

Tables de fêtes

À LA UNE À vos choix !

DES BULLES QUI DÉTONNENT

Ayez de l'audace, n'hésitez plus à servir du crémant à l'apéritif pour les fêtes. Certains ressortent de notre dégustation à l'aveugle de trente champagnes bruts classiques, 1ers crus et crémants. À consommer avec modération…

PAS SI MIRACULEUSE, LA PÊCHE !

La truite fumée s'est faite une place à côté du saumon fumé. Comme lui, elle présente des intérêts pour son apport en oméga 3, mais elle reste souvent trop salée. Et le fumage pose problème pour certains produits.



ARNAQUES : DÉJOUER LES PIÈGES

Faites-vous plaisir sans craindre de vous faire avoir. Foie gras, huîtres, noix de Saint-Jacques, bûches… nous avons demandé à des spécialistes, chacun dans son domaine, de donner quelques conseils aiguisés qui vous serviront pour repérer l'authenticité.

Tous droits réservés à l'éditeur

DES BULLES QUI DÉTONNENT

CENTRE D'ESSAIS **30** *champagnes et crémants dégustés*

Champagne ou crémant ? Pour trouver le meilleur rapport qualité-prix, nos experts ont dégusté à l'aveugle des champagnes bruts classiques, premiers crus et un grand cru ainsi que des crémants de Bourgogne. Avec quelques surprises à l'arrivée…

Peut-on choisir un autre effervescent que le champagne pour l'apéritif sans passer pour un radin ? C'est ce que nous avons cherché à savoir avec cette dégustation opposant de traditionnels champagnes à des crémants. Pour éviter tout préjugé, nos experts du vin savaient qu'ils analysaient des bulles françaises mais ne disposaient d'aucune autre information. Comme à l'accoutumée lors de nos comparatifs, les verres ont été apportés à chacun selon un ordre aléatoire. Ces conditions ont fait que certains crémants ont été confondus avec des champagnes et ont été mieux notés.



10 champagnes de cru

Bernard Brémont • Grand cru • Reflets de France (MDD de Carrefour) • **18,70 €**

15,5/20

• **Raffiné.** Robe jaune paille. Nez intense, floral et beurré ; bouche équilibrée, classique (bulles fines, fraîcheur, fruit, notes briochées), belle longueur.
• **Pour accompagner** le repas.

Barbier-Louvet(1) • 1er cru • **18 €**

14,5/20

• **Généreux.** Robe or gris. Nez complexe (pomme cuite, vanille, pain d'épices, brioche, agrumes) ; bouche tendue, de l'ampleur, flaveurs homogènes avec le nez, finale épicée.
• **Pour accompagner** un ris de veau.

Vranken • 1er cru • **21 €**

12,5/20

• **Exubérant.** Robe or jaune. Nez déplaisant gâché par le soufre (caoutchouc) ; bouche à l'attaque vineuse, lourde, notes pâtissières, fruits blancs, rhubarbe.
• **Pour accompagner** le repas.

Canard-Duchêne • 1er cru • **27 €**

12,5/20

• **Prix fort.** Robe or gris. Nez intense et fruité, vanille ; bouche fraîche et fruitée (mirabelle), assez longue (pomelo).
• **Pour accompagner** le repas (saumon mariné à l'aneth).

MDD : Marques de distributeurs. Lieux d'achat indicatifs : (1) Carrefour, (2) Monoprix et Cora.

Tous droits réservés à l'éditeur

Cet effervescent coûte deux à trois fois moins cher avec un procédé d'élaboration quasiment identique. La méthode appliquée ici, dite traditionnelle, reproduit "la champenoise". Elle compte deux fermentations : une première fermentation alcoolique en cuve pour transformer le jus de raisin en vin de base, puis une seconde en bouteille – provoquée par l'ajout d'une liqueur de tirage (mélange de sucre, levures et vieux vin) – qui amène une prise de mousse naturelle. L'ensemble mûrit dans la bouteille avec les lies, au minimum douze mois pour les crémants et quinze mois pour les champagnes avant l'opération de dégorgement, qui consiste à retirer le dépôt de levures mortes. La finesse de la bulle dépend de cette lente maturation, l'élevage.

À BASE DE CHARDONNAY ET DE PINOT NOIR

L'offre de crémants basiques est florissante après deux récoltes records en 2018 et 2019 avec 110 millions de bouteilles vendues – le tiers du total des champagnes (297 millions de cols en 2019). Parmi les huit variations françaises de crémant (Alsace, Bordeaux, Bourgogne, Die, Jura, Limoux, Loire, Savoie), nous avons opté pour la version bourguignonne.
Elle s'est imposée pour la cohérence organoleptique de notre dégustation. *« Si les Bourguignons sont allés chercher la méthode de leur crémant en Champagne, il ne faut pas oublier que les Champenois sont allés chercher les cépages en Bourgogne… »*, plaisante François Piffaut, responsable de la communication du producteur bourguignon Veuve Ambal, entreprise familiale fondée en 1898 par Marie Ambal.
Les deux effervescents incluent souvent en effet deux cépages iden- ●●●

Comment nous avons procédé

NOTRE DÉGUSTATION À L'AVEUGLE

Nos échantillons ont été achetés dans le commerce. Les catégories ont été mélangées et présentées, anonymement. Chaque juré a effectué sa dégustation dans un ordre différent afin de gommer l'effet induit par l'ordre de passage. La note résulte d'une moyenne pondérée (selon que l'échantillon a été le plus – ou le moins – apprécié par les jurés).

Jury de professionnels du vin :
- **Yves Brunce,** dégustateur blogueur
- **Luc Dabadie,** courtier juré-expert piqueur
- **Jean-Michel Deluc,** maître-sommelier
- **Felicity Demont,** consultante
- **Christophe Guitard,** sommelier-consultant
- **Michèle Héline,** formatrice
- **Fabrice Hoerter,** courtier juré-expert piqueur
- **Françoise Lacoste,** amatrice passionnée
- **Alain Malclès,** consultant
- **Michèle Piron,** technicienne en œnologie
- **Bénédicte Plaïge,** conseillère technique
- **Aurélie Soulat,** technicienne en œnologie
- **Rémi J. Vasseur,** sommelier-consultant
- **Frédéric Vigroux,** formateur-consultant



Veuve Émille • 1er cru • Auchan (MDD) • **19 €**
13/20
• **Gastronomique.** Robe or vert. Nez intense, arômes pâtissiers (pomme, vanille, cannelle, beurre, noix) ; bouche ample, fruitée, fraîche et saline, longueur.
• **Pour accompagner** le repas (turbot aux asperges).



Pol Carson • 1er cru • E. Leclerc (MDD) • **19 €**
13/20
• **Nerveux.** Robe or gris. Nez frais et expressif (menthe, citronnelle, agrumes frais) ; bouche vive, fraîcheur et fruit (pomme verte, finale agrumes, citron).
• **Pour accompagner** l'apéritif.



Gérard Bauchet • 1er cru • **21,90 €**
12,5/20
• **Facile.** Robe or vert. Nez intense, avec un côté vert (pomme verte, végétal, levure) ; bouche suave, un dosage marqué pour masquer un certain manque de matière et de longueur.
• **Pour accompagner** l'apéritif.



JM Gobillard & fils(2) • 1er cru • **21,70 €**
10,5/20
• **Sans envergure.** Robe or vert. Nez expressif, floral (jasmin, acacia) et végétal (mélisse) ; bouche fraîche aux flaveurs minérales et florales, finale mentholée.
• **Pour accompagner** l'apéritif.



Monopole Heidsieck & C° • 1er cru • **20 €**
9,5/20
• **Décevant.** Robe or vert. Nez discret, arômes d'acacia, de litchis, de menthe ; bouche marquée par le sucre, et l'amertume, sans soutien aromatique, et assez courte.



Chanoine • 1er cru • **24 €**
6,5/20
• Problème de défaut oxydatif sur les deux échantillons.

ISTOCK- PHOTOS PRODUITS : FABRICE POINCELET/«60»

Tous droits réservés à l'éditeur



10 champagnes blancs bruts



Charles de Courance • Carrefour (MDD) • **14,50 €**

15/20

• **Valeur sûre.** Robe or jaune. Nez velouté, brioché et floral ; bouche ronde et tonique, zestée en finale, tout en équilibre et en convivialité.
• **Pour accompagner** l'apéritif et tout un repas de fête.



Comte de Lavigny • Casino (MDD) • **19,10 €**

13,5/20

• **Vivifiant.** Robe or gris, reflets argent. Nez intense et complexe (pêche, levure, noisette, beurre, citron, menthol) ; bouche tendue, pomme verte, bulle crémeuse, longueur.
• **Pour accompagner** l'apéritif.



Fauchon • **20,70 €**

13,5/20

• **Mûr.** Robe jaune paille. Nez intense, pâtissier (beurre, pain grillé) et évolué (champignon séché, pomme blette) ; bouche vive (pomme acidulée, agrumes), structure et longueur.
• **Pour accompagner** le repas (poularde rôtie).



Louis Danremont • Système U (MDD) • **15,70 €**

12/20

• **Discret.** Robe jaune paille. Nez fin (tilleul, pêche blanche, litchi) ; bouche à l'attaque vive, fruitée, finale sur l'amertume un peu trop marquée pour certains.
• **Pour accompagner** l'apéritif (sushis).



Guyot Choppin • **18,90 €**

12/20

• **Pesant.** Robe or jaune. Nez vineux (beurre, miel, amande, coing, pruneau), note minérale ; attaque ronde, bouche fruitée, mais sans densité et avec une amertume qui accroche.
• **Pour accompagner** le repas.



Veuve Émille • bio • Auchan (MDD) • **20 €**

11,5/20

• **Lourd.** Robe or jaune. Nez intense, évolué (crème au beurre, pomme cuite, noisette, nèfle, citron confit) ; bouche marquée par le sucre, des bulles trop présentes et assez courtes.
• **Pour accompagner** l'apéritif.

10 crémants de Bourgogne



Gracieux Chevalier • Reflets de France • Carrefour • **8,50 €**

14,5/20

• **Onctueux.** Robe jaune paille. Nez expressif (levures, pomme cuite, citron, mirabelle et vanille) ; bouche homogène, crémeuse, avec des notes de brioche.
• **Pour accompagner** apéritif et repas (viande blanche).



Veuve Ambal • Brut Prestige • **7,90 €**

14/20

• **Tout simple.** Robe or rose. Nez discret, fruité (pomme cuite, coing, mirabelle, groseille) ; bouche ronde, équilibrée par une acidité plaisante, avec de la longueur.
• **Pour accompagner** l'apéritif.



Expert Club • Intermarché (MDD) • **6,20 €**

13,5/20

• **Tonique.** Robe or gris. Nez discret, frais (camomille, pamplemousse, pointe de silex) ; bouche à l'attaque vive, peu dosée, assez élégante.
• **Pour accompagner** l'apéritif (fruits de mer).



Louis Bouillot • Grande réserve Cuvée Perle de vigne • **10 €**

10,5/20

• **Aérien.** Robe or gris. Nez discret, floral (jasmin), amande, pomelo ; bouche vive désaltérante, minéralité en finale, trop simple pour certains ?
• **Pour accompagner** l'apéritif dînatoire.



Pierre Chanau • Auchan (MDD) • **6 €**

10/20

• **Limité.** Robe or gris. Nez discret, notes d'agrumes, de muscat et de miel ; bouche marquée par le sucre sur un fond de simplicité.
• **Pour accompagner** l'apéritif (macarons au foie gras).



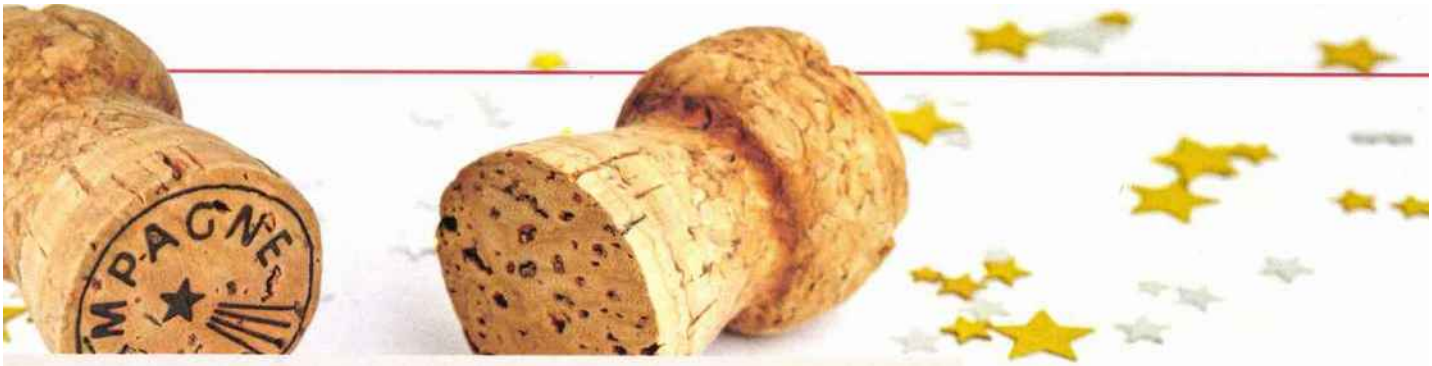
Château de Sassangy[1] • Jean & Geno Musso • bio • **9,30 €**

10/20

• **Singulier.** Robe jaune citron. Nez frais (agrumes, fruits blancs, citronnelle) ; bouche surprenante, avec des notes de torréfaction et de la fraîcheur (zeste, menthe).
• **Pour accompagner** l'apéritif (canapés de poisson cru mariné).

Lieux d'achat indicatifs : (1) Carrefour, (2) Nicolas.

Tous droits réservés à l'éditeur





Delagne & fils • Cuvée Prestige • Intermarché (MDD) • **15,30 €**

13/20

• **Agréable.** Robe or vert. Nez expressif (aubépine, mélisse, citron, mirabelle, miel). Bouche fraîche, gourmande, équilibrée et persistante.
• **Pour accompagner** le repas (lotte à la crème safranée).



Veuve Émille • Auchan (MDD) • **14 €**

12,5/20

• **Dense.** Robe or gris. Nez expressif (vanille, cannelle, pomme cuite, noisette, mélisse) ; bouche franche, fruitée, avec agrumes en finale.
• **Pour accompagner** l'apéritif.



Pol Carson • E. Leclerc (MDD) • **13,90 €**

11/20

• **Évanescent.** Robe or gris. Nez fin (citron, fleur d'oranger, pomme verte). Bouche décevante par la faible matière, ni relief, ni longueur.
• **Pour accompagner** l'apéritif.



e.Nicolas • **18 €**

10,5/20

• **Peu plaisant.** Robe or gris. Nez peu expressif, note miellée ; bouche avec beaucoup de mousse, sans intérêt particulier, vite passée.
• **Pour accompagner** l'apéritif en mode kir royal.



L'œuvre de Perraud • **14,80 €**

12,5/20

• **Équilibré.** Robe or gris. Nez fin (fleurs blanches, compote de pomme, amande fraîche, noisette) ; bouche gourmande, fruitée (mirabelle), pointe d'amertume en finale.
• **Pour accompagner** l'apéritif (rillettes de poisson).



La Chablisienne • **8,90 €**

12,5/20

• **Vineux.** Robe or jaune. Nez assez intense, fruité (pomme, poire, coing) ; bouche gourmande où ressort l'amertume, diversement appréciée et qui apporte de la longueur.
• **Pour accompagner** le repas (soufflé au fromage).



Patriarche Père & fils[2] • **10,90 €**

9,5/20

• **Périlleux.** Robe or jaune. Nez frais (agrumes, fruits blancs, citronnelle) ; bouche à l'attaque vive, bulles désaltérantes, l'acidité allège le dosage marqué, mais pas assez pour la majorité des jurés…



Veuve Ambal • bio • **8,70 €**

9/20

• **Trop subtil ?** Robe or gris. Nez franc, intense (raisins frais, agrumes) mieux apprécié que la bouche, jugée sans intérêt pour une majorité quand, pour d'autres, elle paraît gourmande, dense, et désaltérante.

ISTOCK- PHOTOS PRODUITS : FABRICE PONCELET/«60»

tiques : le chardonnay (raisin blanc) et le pinot noir (raisin noir). Chacune des régions peut jouer sa touche locale, avec des terroirs différents et d'autres cépages autorisés. La Champagne se réserve le fruité du pinot meunier ; la Bourgogne peut compter sur celui du gamay et la vivacité de l'aligoté. Pour le reste, les deux effervescents sont des vins d'assemblage souvent non millésimés, dont le défi, pour chaque producteur, est de choisir un style, de le réussir et de le perpétuer d'année en année.

CRÉMANT DE BOURGOGNE, LE SUCCÈS D'UNE VEUVE

Le crémant de Bourgogne présente une autre singularité : la domination d'une marque. Avec huit millions de bouteilles par an, Veuve Ambal produit 40 % du total régional. Dans notre sélection, en plus des deux bouteilles sous son nom, les marques de distributeurs Carrefour et Intermarché font appel à son savoir-faire. Pour quels résultats ? Sur les quatre références élaborées par Veuve Ambal, trois se retrouvent en tête comme meilleurs crémants avec des notes dépassant 13/20 (seuil considéré comme "bon", selon nos critères). Seule la cuvée bio de la marque fait un flop. *« Les raisins issus de la viticulture biologique restent difficiles à trouver en Bourgogne, les volumes manquent »*, plaide François Piffaut, même si l'entreprise dit se fournir dans tout le territoire bourguignon. Le face-à-face organisé pour notre dégustation permet-il de valider l'adage : *« Mieux vaut un bon crémant qu'un mauvais champagne »* ? Plus que jamais ! Certains crémants de

Tous droits réservés à l'éditeur



Bourgogne rivalisent honorablement avec les champagnes, au moins ceux à marques de distributeurs, l'entrée de gamme disponible en grandes surfaces, et, a fortiori, avec les proseccos, que nous avions fait déguster l'an passé, et dont les scores étaient médiocres *(voir n° 554, décembre 2019)*. Or la différence de prix avec les bulles champenoises est importante – le crémant le moins cher de notre sélection s'affiche à 6 €, contre près de 14 € pour le champagne. Un écart qui s'explique par l'industrialisation du procédé d'élaboration, selon François Piffaut : « *Pour être compétitif, il nous faut être ingénieux et mécaniser le plus possible ; le process nécessite beaucoup de manipulations, d'opérations successives, tout a été mécanisé, jusqu'à la mise en carton* ». En revanche, les vendanges restent manuelles par obligation réglementaire en Bourgogne comme en Champagne.

LA TENTATION DU PREMIER CRU

Si l'on veut monter en qualité pour la table de Noël, est-ce la peine d'investir dans un champagne premier cru ou grand cru ? La mention de cru signifie que les raisins proviennent de villages distingués pour des raisons historiques. Au siècle dernier, les raisins de ces 59 communes proches de Reims et d'Épernay voyageaient moins longtemps, d'où un meilleur état sanitaire et de meilleurs tarifs. Aujourd'hui, les prix sont libres, l'échelle des crus a été supprimée, et les dénominations « *grand cru* » et « *premier cru* » sont conservées à titre d'usages locaux.

LES MEILLEURS RAPPORTS QUALITÉ/PRIX

Pour une vingtaine d'euros, les marques de distributeurs proposent ces cuvées supposées supérieures. C'est de leur côté que figurent les meilleurs rapports qualité/prix. Pour autant, notre dégustation ne permet pas de décréter une qualité systématiquement supérieure comparée aux autres champagnes d'entrée de gamme. Chacune des deux catégories présente le même nombre de bouteilles jugées « *bonnes* ». Et une seule référence sur dix surclasse l'ensemble : la bouteille Grand cru Bernard Brémont de Carrefour. Signalons d'ailleurs que les produits de cette enseigne cartonnent cette année ; ils se retrouvent les mieux placés dans les trois catégories.

À la lecture des commentaires de nos dégustateurs, s'esquisse un style "premier cru" qui, en affirmant un caractère vineux, a plus de chance de passer pour un repas. Ce qui conduit à un ultime conseil : servir le "bon" crémant pour l'apéritif et le "bon" champagne premier – ou grand – cru à table. Un duo gagnant, très complémentaire et dans l'air du temps. La fin de l'année devrait être riche en surprises pour les clients des grandes surfaces. Les Champenois ont vu leurs stocks enfler avec la chute de la consommation mondiale liée au Covid-19 et des baisses de prix sont à prévoir... ●

MARYSE SARGIS
AVEC ANTOINE HAENTJENS
ET THOMAS PEYDRO, ingénieurs

Le choix de 60

CHAMPAGNE BLANC GRAND CRU



15,5/20
Bernard Brémont Grand cru
(Carrefour)
18,70 €
Un champagne tout en élégance et en équilibre. Le compagnon des fêtes.

CRÉMANT DE BOURGOGNE



13,5/20
Expert Club
(Intermarché)
6,20 €
Pour l'apéritif, qui saura dire s'il s'agit d'un crémant ou d'un champagne ?

CHAMPAGNE BLANC



15/20
Charles de Courance
(Carrefour)
14,50 €
Le couteau suisse de la bulle : plaisant, polyvalent et très économique.

À retenir

- Les crémants et champagnes premiers prix vendus en grande distribution ressortent quasiment au même niveau sur le plan qualitatif. N'hésitez plus à servir un crémant à l'apéritif, souvent trois fois moins cher !
- Les champagnes premiers crus des marques de distributeurs s'avèrent de qualité supérieure pour un prix très accessible.
- Les rares cuvées bio piochées dans la grande distribution ne sont pas à la hauteur. Les cavistes ont des chances de faire mieux...

ISTOCK- PHOTOS PRODUITS : FABRICE POINCELET/«60»

Tous droits réservés à l'éditeur



MENTIONS

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

NICE MATIN
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 96076



Date : 1er novembre 2020
Journaliste : CHRISTINE RINAUDO

Nice : le reconfinement est-il vraiment respecté ?

Selon les quartiers, les nouvelles règles inhérentes à la crise sanitaire n'apparaissent pas toujours avec netteté. Il y a du monde dans les rues et des commerces restent ouverts

Drôle de samedi à Nice. Le premier du reconfinement de l'an II. Un Ersatz de dimanche morne au réveil lourd et au cœur au bord des lèvres. L'attentat pulse encore douloureusement dans les tempes... Comment ne pas y penser en longeant l'avenue Jean-Médecin ? Les gens, nombreux malgré tout, vont, viennent, s'arrêtent devant la basilique, se parlent, prennent des photos des fleurs. Échange de consternations. L'attestation de déplacement dérogatoire n'a pas prévu la case « recueillement ».

C'est quoi la première nécessité ?

Tout le monde a son masque et son petit papier en poche. Parfois plusieurs papiers. Pour justifier d'une balade d'une heure, d'un déplacement au motif familial impérieux, pour effectuer des achats de première nécessité. C'est quoi la première nécessité ? La nourriture ? Les médocs ? Les clopes ? Les chocolatiers, les supermarchés, Monoprix, Nicolas, les fleuristes, les pharmacies, les opticiens, les enseignes de téléphonie, les tabacs sont ouverts. Tiens, la Fnac aussi. Bouchara itou. C'est aussi de la première nécessité une taie d'oreiller ou une « déco » de Noël ? Un type déguisé en Halloween couleur citrouille sort du Mc Do pour donner des paquets à deux clientes. Sinon, dans l'ensemble, les grilles sont en berne. Sous certaines enseignes, comme Sephora et les Galeries Lafayette Masséna, le drive est mis en place. « Click and collect » prévient une affichette. Pas bête, mais pas forcément suffisant pour combler le vide dans les allées. La clochette du tram pas vraiment désert retentit. Un SDF joue du pipeau accroupi contre une vitrine. Petite incursion à Nicetoile. Impossible d'accéder aux toilettes en étages. Seuls les magasins alimentaires, la pharmacie, la téléphonie du rez-de-chaussée et du sous-sol fonctionnent.

Des contrôles policiers ? Pas vu, pas pris. Tolérance probable pour un week-end de transition entre vacances de la Toussaint finissantes et reprise. D'autres quartiers comme la rue de France, la place Wilson, la rue Pastorelli... sont beaucoup plus déserts. Pas de bruit sur la chaussée. On entend le silence. Ce n'est pas le plus désagréable de ce retour au confinement...



Pour un retour au confinement, tout le monde n'est pas resté cloîtré à la maison hier. Avenue Jean-Médecin, à Nice, on a croisé du monde... (Photo Éric Ottino)

CHRISTINE RINAUDO
crinaudo@nicematin.fr

Tous droits réservés à l'éditeur

Sud Radio
Emission : In vino

Résumé :
L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris.

Tous droits réservés à l'éditeur

Gala

Date : 02/11/2020
Heure : 16:51:55
Journaliste : Thomas Monnier

www.gala.fr
Pays : France
Dynamisme : 57

Visualiser l'article

Stéphane Plaza inquiet : il prend à parti le gouvernement



Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Stéphane Plaza a poussé un énorme coup de gueule contre les mesures du gouvernement en ce qui concerne ce second confinement. L'animateur regrette la fermeture de ses agences immobilières alors que les magasins de vin restent ouverts.

L'heure est grave ! Pour de nombreux secteurs d'activité, **ce second confinement** décidé par Emmanuel Macron pour lutter contre la propagation du coronavirus est un vrai drame. Alors que les rayons culturels des supermarchés sont fermés par solidarité aux librairies de proximité qui ont dû tirer le rideau, **d'autres secteurs à l'instar de la restauration ou de l'immobilier s'alarment** . Après le coup de gueule de Philippe Etchebest , au tour de Stéphane Plaza d'interpeler le gouvernement.

" ***Pendant le confinement, les enfants continuent de naître*** *, les amoureux de s'unir, les plus âgés de prendre leur retraite, les jeunes de s'installer et les moins amoureux... de divorcer ?* " a rappelé l'animateur de *Maison à vendre* . Et de s'exclamer : " *Il faudra bien les loger, non?* ***L'immobilier est donc essentiel.*** *Essentiel pour la vie, essentiel pour l'économie.* " Stéphane Plaza a ensuite fait la liste de ces commerces dans lesquels chacun peut se rendre tandis que lui, ne peut pas effectuer son métier, qu'il juge essentiel.

Acheter du vin... mais pas de maison

Car si l'agent immobilier le plus gaffeur de France est colère, c'est pour **les nombreuses incohérences qui existent** actuellement dans le pays. On peut " *acheter du Vin chez Nicolas", "acheter des boutons dans une mercerie", "acheter des ustensiles de cuisine chez Boulanger ou à la FNAC* ", mais pas faire visiter des maisons. Voilà ce que dénonce clairement Stéphane Plaza. " *Je peux me rendre dans mon agence suivre vos dossiers mais je dois fermer mon agence et ne pas vous recevoir.* ***J'ai le droit d'estimer et de rentrer un mandat avec un particulier pour vendre son bien, mais interdit de la faire visiter*** *avec un acheteur..."* a-t-il noté sur Instagram.

Un coup de gueule, oui, mais Stéphane Plaza va tout de même respecter les annonces du gouvernement . " *Comme pour le premier confinement,* ***le réseau Stéphane Plaza Immobilier respectera à la lettre les consignes du gouvernement,*** " a-t-il conclu.

Crédits photos : DOMINIQUE JACOVIDES / BESTIMAGE

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 01/11/2020
Heure : 19:13:16

le journal DE SAÔNE-ET-LOIRE

www.lejsl.com
Pays : France
Dynamisme : 172

Visualiser l'article

“Click and collect” et livraisons au magasin déco Nin

Quand la nouvelle du second confinement est tombée, Laurence Mottin l'a, dans un premier temps, « très mal vécu ». Mais la commerçante de la Grande

rue à la tête du concept-store Nin a vite surmonté son abattement. « Il ne faut pas subir mais aller de l'avant », affirme-t-elle, entourée par tous les cartons emplis des objets qu'elle a reçus pour la période des fêtes. Elle s'apprête à développer, dès lundi, la vente en ligne dans sa boutique de déco et bijoux. Il suffit de se rendre sur le site de la boutique, payer en ligne. Les commandes seront soit livrées, soit à venir retirer à la boutique de vins Nicolas située juste en face.



Laurence Mottin gérante du magasin Nin, Grande rue, se prépare pour assurer un service en ligne avec livraisons. Photo JSL /Nathalie MAGNIEN

0wDvxF17jrlw0lvhxTNkdOsiNydd5zEd0tbndgzOMXMfzt9bDx0k8tinxnAIQoJkex5SdIoDZH0iz9oS1ay9tQY2Mz

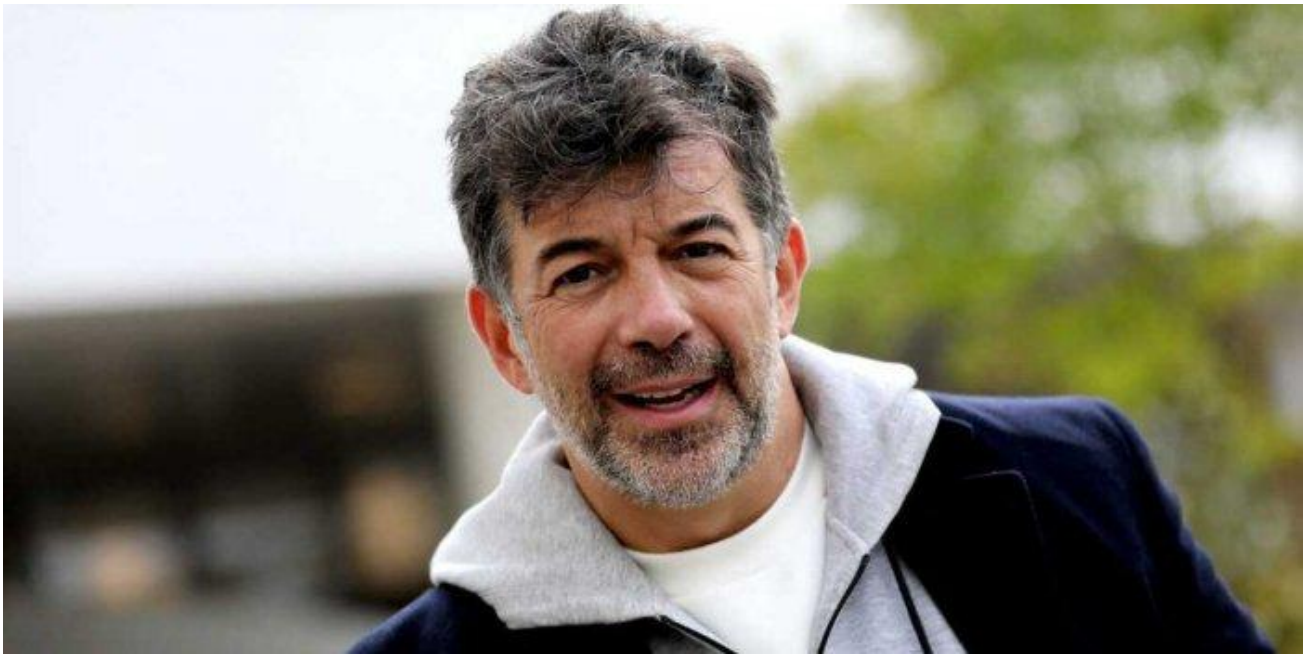
Tous droits réservés à l'éditeur

www.planet.fr
Pays : France
Dynamisme : 466

Visualiser l'article

Stéphane Plaza inquiet : il prend à parti le gouvernement

Stéphane Plaza a poussé un énorme coup de gueule contre les mesures du gouvernement en ce qui concerne ce second confinement. L'animateur regrette la fermeture de ses agences immobilières alors que les magasins de vin restent ouverts.



L'heure est grave ! Pour de nombreux secteurs d'activité, ce second confinement décidé par Emmanuel Macron pour lutter contre la propagation du coronavirus est un vrai drame. Alors que les rayons culturels des supermarchés sont fermés par solidarité aux librairies de proximité qui ont dû tirer le rideau, d'autres secteurs à l'instar de la restauration ou de l'immobilier s'alarment. Après le coup de gueule de Philippe Etchebest, au tour de Stéphane Plaza d'interpeler le gouvernement.

"Pendant le confinement, les enfants continuent de naître, les amoureux de s'unir, les plus âgés de prendre leur retraite, les jeunes de s'installer et les moins amoureux... de divorcer ?" a rappelé l'animateur de Maison à vendre. Et de s'exclamer : "Il faudra bien les loger, non? L'immobilier est donc essentiel. Essentiel pour la vie, essentiel pour l'économie." Stéphane Plaza a ensuite fait la liste de ces commerces dans lesquels chacun peut se rendre tandis que lui, ne peut pas effectuer son métier, qu'il juge essentiel.

Car si l'agent immobilier le plus gaffeur de France est colère, c'est pour les nombreuses incohérences qui existent actuellement dans le pays. On peut "acheter du Vin chez Nicolas", "acheter des boutons dans une mercerie", "acheter des ustensiles de cuisine chez Boulanger ou à la FNAC", mais pas faire visiter des maisons. Voilà ce que dénonce clairement Stéphane Plaza. "Je peux me rendre dans mon agence suivre vos dossiers mais je dois fermer mon

Lire la suite sur Gala

Tous droits réservés à l'éditeur

actu.fr
Pays : France
Dynamisme : 474

Visualiser l'article

Confinement : voici les magasins ouverts au centre commercial Saint-Sébastien à Nancy

Au centre commercial Saint-Sébastien à Nancy, certaines enseignes jugées essentielles accueillent encore des clients. D'autres ont opté pour le click & collect. Explications.



A l'instar du premier épisode, ce **second confinement** condamne les **commerces jugés non essentiels** par le gouvernement, à garder leurs **portes closes** .

A **Nancy** , au **centre commercial Saint-Sébastien** , certaines enseignes restent malgré tout **accessibles** et **accueillent toujours des clients.** D'autres, au contraire, ont adopté le **système click & collect** . *Lorraine Actu* fait le point.

Des commerces qui accueillent du public
Sur son site internet, le centre commercial a indiqué que plusieurs boutiques étaient ouvertes. Voici lesquelles :

Monoprix : 8h30 à 20h30
Pharmacie : 9h à 19h30
Brioche Dorée : 9h30 à 18h
Cofféa : 10h à 19h
Glup's : 9h30 à 19h30
Jeff de Bruges : 10h à 19h
Veng Hour : 10h à 19h

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Vins Nicolas : 10h à 19h
Alain Afflelou : 10h à 19h
GrandOptical : 9h30 à 19h30
Lissac : 9h30 à 19h
Bouygues Telecom : 10h à 19h
SFR : 10h à 19h
E-Klop : 9h30 à 19h30
Le Petit Vapoteur : 9h30 à 19h30
Sur les réseaux sociaux, de nombreux internautes ont fait part de leur incompréhension. Certains ne comprennent en effet pourquoi « Glup's », **un magasin de bonbons** , peut être considéré comme un commerce essentiel. Pour répondre à la polémique, l'établissement a apporté une réponse claire.

Les commerces ouverts sont ceux qui ont été déterminés par le décret gouvernemental, ce n'est pas nous qui faisons ce choix. Certains restent ouverts et d'autres proposent du Click & Collect... Nous nous adaptons.

Centre commercial Saint Sébastien

Click & Collect
Dans un même temps, certaines enseignes du centre commercial ont opté pour un service de **click & collect** . En clair, il vous suffit de passer commande et ensuite de retirer vos biens sur place. Les enseignes suivantes sont concernées :

Plus Belles Les Bulles
Sephora
Alice Délice
Nature et Découvertes
Marionnaud
Micromania

Tous droits réservés à l'éditeur

fr.finance.yahoo.com
Pays : France
Dynamisme : 525

Visualiser l'article

Stéphane Plaza inquiet : il prend à parti le gouvernement

Visuel indisponible

L'heure est grave ! Pour de nombreux secteurs d'activité, ce second confinement décidé par Emmanuel Macron pour lutter contre la propagation du coronavirus est un vrai drame. Alors que les rayons culturels des supermarchés sont fermés par solidarité aux librairies de proximité qui ont dû tirer le rideau, d'autres secteurs à l'instar de la restauration ou de l'immobilier s'alarment. Après le coup de gueule de Philippe Etchebest , au tour de Stéphane Plaza d'interpeler le gouvernement.

"Pendant le confinement, les enfants continuent de naître, les amoureux de s'unir, les plus âgés de prendre leur retraite, les jeunes de s'installer et les moins amoureux... de divorcer ?" a rappelé l'animateur de Maison à vendre . Et de s'exclamer : "Il faudra bien les loger, non? L'immobilier est donc essentiel. Essentiel pour la vie, essentiel pour l'économie." Stéphane Plaza a ensuite fait la liste de ces commerces dans lesquels chacun peut se rendre tandis que lui, ne peut pas effectuer son métier, qu'il juge essentiel.

Car si l'agent immobilier le plus gaffeur de France est colère, c'est pour les nombreuses incohérences qui existent actuellement dans le pays. On peut "acheter du Vin chez Nicolas", "acheter des boutons dans une mercerie", "acheter des ustensiles de cuisine chez Boulanger ou à la FNAC", mais pas faire visiter des maisons. Voilà ce que dénonce clairement Stéphane Plaza. "Je peux me rendre dans mon agence suivre vos dossiers mais je dois fermer mon agence et ne pas vous recevoir. J'ai (...)

Lire la suite sur le site de GALA

Tous droits réservés à l'éditeur

Stéphane Plaza inquiet : il prend à parti le gouvernement

Visuel indisponible

© DOMINIQUE JACOVIDES / BESTIMAGE Stéphane Plaza inquiet : il prend à parti le gouvernement

Stéphane Plaza a poussé un énorme coup de gueule contre les mesures du gouvernement en ce qui concerne ce second confinement. L'animateur regrette la fermeture de ses agences immobilières alors que les magasins de vin restent ouverts.
L'heure est grave ! Pour de nombreux secteurs d'activité, **ce second confinement** décidé par Emmanuel Macron pour lutter contre la propagation du coronavirus est un vrai drame. Alors que les rayons culturels des supermarchés sont fermés par solidarité aux librairies de proximité qui ont dû tirer le rideau, **d'autres secteurs à l'instar de la restauration ou de l'immobilier s'alarment** . Après le coup de gueule de Philippe Etchebest , au tour de Stéphane Plaza d'interpeler le gouvernement.

" ***Pendant le confinement, les enfants continuent de naître*** *, les amoureux de s'unir, les plus âgés de prendre leur retraite, les jeunes de s'installer et les moins amoureux... de divorcer ?* " a rappelé l'animateur de *Maison à vendre* . Et de s'exclamer : " *Il faudra bien les loger, non?* ***L'immobilier est donc essentiel.*** *Essentiel pour la vie, essentiel pour l'économie.* " Stéphane Plaza a ensuite fait la liste de ces commerces dans lesquels chacun peut se rendre tandis que lui, ne peut pas effectuer son métier, qu'il juge essentiel.

Visuel indisponible
View this post on Instagram

A post shared by Stephaneplaza.off (@stephaneplaza.off) on Oct 31, 2020 at 6:18am PDT

Acheter du vin... mais pas de maison
Car si l'agent immobilier le plus gaffeur de France est colère, c'est pour **les nombreuses incohérences qui existent** actuellement dans le pays. On peut " *acheter du Vin chez Nicolas", "acheter des boutons dans une mercerie", "acheter des ustensiles de cuisine chez Boulanger ou à la FNAC* ", mais pas faire visiter des maisons. Voilà ce que dénonce clairement Stéphane Plaza. " *Je peux me rendre dans mon agence suivre vos dossiers mais je dois fermer mon agence et ne pas vous recevoir.* ***J'ai le droit d'estimer et de rentrer un mandat avec un particulier pour vendre son bien, mais interdit de la faire visiter*** *avec un acheteur..."* a-t-il noté sur Instagram.

Un coup de gueule, oui, mais Stéphane Plaza va tout de même respecter les annonces du gouvernement . " *Comme pour le premier confinement,* ***le réseau Stéphane Plaza Immobilier respectera à la lettre les consignes du gouvernement,*** " a-t-il conclu.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Reconfinement : vos commerçants sont là pour vous !

Avec le nouveau confinement en vigueur jusqu'au 1er décembre au moins, seuls les commerces de première nécessité, dont la liste a été complétée depuis le mois de mars, sont ouverts. Les commerçants chavillois s'organisent pour continuer leur activité, déjà fort impactée cette année. En magasin, en livraison ou en "click & collect" : mobilisons-nous pour nos commerçants !



Malgré tout le soin apporté à la réalisation de cette liste et sa mise à jour, les informations sont susceptibles d'évoluer en fonction des mesures sanitaires en vigueur. N'hésitez pas à signaler tout oubli ou erreur par courriel

Attestation de déplacement dérogatoire
Si vous sortez de chez vous afin d'effectuer des achats de première nécessité, n'oubliez pas de vous munir de l'attestation de déplacement dérogatoire, datée et signée.

Version imprimable
Version numérique
Liste des commerces ouverts à Chaville
Le marché de Chaville est ouvert : les mardi et jeudi, de 8h à 12h30, les samedi et dimanche, de 8h à 13h30. L'ensemble des commerçants de denrées alimentaires sont présents ; certains assurent des livraisons *(voir liste ci-dessous).*

Commerçants du marché qui peuvent assurer des livraisons

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



• **L'ATELIER DES COTEAUX**
Pâtisserie artisanale : commande au 07 61 30 04 15 ou par courriel

• **LE BOUCHER DE LA HALLE**
Michaël : 06 21 11 75 31

• **LE CHARCUTIER DE LA HALLE**
Eugénie : 06 13 73 68 26

• **LE FROMAGER DE LA HALLE**
Bruno : 06 20 44 49 96

• **LE POISSONNIER DE LA PLACE**
Contact : 06 13 29 76 51 et 06 42 51 60 06

• **LE PRIMEUR DE LA HALLE**
Sahbi : 06 63 22 77 71

• **LES TERRINES DE CHRISTOPHE**
Christophe : 06 87 07 04 55

Moyennes et grandes surfaces

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



• CASINO
Livraison via Internet
1811, avenue Roger Salengro
01 41 15 86 00
Ouvert du lundi au samedi de 8h à minuit, le dimanche de 8h à 20h

• DIAGONAL
93, avenue Roger Salengro
01 47 09 23 56
Ouvert du lundi au dimanche de 9h à 21h

• FRANPRIX
Livraison via Internet
855, avenue Roger Salengro
01 41 15 12 90
Ouvert du lundi au samedi de 8h30 à 20h, le dimanche de 9h30 à 13h30 et de 14h30 à 19h

• FRANPRIX
Livraison via Internet
37-41, rue de Jouy
01 47 09 61 75
Ouvert du lundi au dimanche de 8h à 20h

• MONOPRIX
Livraison via Internet
1383, avenue Roger Salengro
01 47 09 84 50 ou 0 800 05 8000
Ouvert du lundi au samedi de 8h à 21h, le dimanche de 9h à 19h30

Tous droits réservés à l'éditeur

• PICARD
Livraison via Internet
2093, avenue Roger Salengro
01 47 50 93 30
Ouvert du lundi au samedi de 9h à 20h, le dimanche de 9h à 12h45

Commerces alimentaires spécialisés
• ANIMALIS
403-429, avenue Roger Salengro
01 47 50 72 94
Ouvert du lundi au samedi de 10h à 19h



• BIOCOOP
559, avenue Roger Salengro
01 41 15 22 60
Ouvert le lundi de 14h30 à 19h30, du mardi au samedi de 10h à 19h30, de 9h à 9h30 pour les personnes âgées ou fragiles

• BOUCHERIE SAINT-HUBERT
2, rue du Pavé de Meudon
06 99 19 24 23
Ouvert du mardi au samedi de 8h30 à 12h30 et de 15h15 à 18h, le dimanche de 8h30 à 12h30

• LA FERME DE CHAVILLE
902, avenue Roger Salengro
01 47 09 56 94
Ouvert du mardi au jeudi de 8h30 à 20h, le vendredi de 8h30 à 12h30 et de 14h à 20h, le dimanche de 8h30 à 18h

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

• LA VIE CLAIRE
19-21, place du Marché
01 47 09 81 34
Ouvert du lundi au samedi de 9h30 à 20h, le dimanche de 9h30 à 13h

• LEONIDAS
1500, avenue Roger Salengro
01 47 50 00 47
Ouvert du mercredi au vendredi de 15h à 19h, le samedi de 10h à 12h30 et de 15h à 19h30, le dimanche de 10h à 12h
Vente en "click & collect" *(site en construction)*
Consultez la page Facebook de Leonidas Chaville pour des infos actualisées

• LES CHOCOLATIERS
63, rue Albert Perdreaux
01 47 50 25 78
Ouverture du mardi au samedi, de 10h à 18h
Plus d'infos sur Internet et via la e-boutique

• NATURALIA
Livraison via Internet
1477, avenue Roger Salengro
01 47 50 40 05
Ouvert du lundi au samedi de 9h à 20h, le dimanche de 9h à 12h45

• NATURE & CIE
1378, avenue Roger Salengro
01 47 50 89 07
Ouvert du lundi au samedi de 9h à 20h, le dimanche de 9h à 13h

• NICOLAS
Caviste
1, place du Marché
01 47 09 32 95
Ouvert du lundi au jeudi de 9h30 à 19h30, les vendredi et samedi de 10h30 à 20h, le dimanche de 10h à 13h

• PAUL LE BOUCHER
21, rue des Fontaines Marivel
01 47 50 02 99
Ouvert les mardi, mercredi, vendredi et samedi de 9h30 à 13h30 et de 15h30 à 19h30, les jeudi et dimanche de 9h30 à 13h

Primeurs et épiceries de quartier

Tous droits réservés à l'éditeur



• ÉPICERIE DE LA POINTE
2113, avenue Roger Salengro
01 47 09 24 30
Ouvert du mardi au dimanche de 8h30 à 23h

• EXO MARKET
743, avenue Roger Salengro
09 83 05 44 75
Ouvert du lundi au samedi de 9h30 à 21h

• LES JARDINS DE BERKANE
1162, avenue Roger Salengro
01 41 15 11 42
Ouvert du lundi au jeudi de 10h à 20h45, fermé le vendredi, les samedi et dimanche de 10h à 20h45

• LES PETITS MARAÎCHERS
1945, avenue Roger Salengro
09 81 46 85 63
Ouvert du mardi au vendredi de 8h30 à 12h30 et de 15h30 à 19h, le samedi de 8h à 19h

• RAPID MARKET
Livraison dans le quartier uniquementhh
13, rue de Jouy
01 47 50 93 37
Ouvert du lundi au dimanche de 8h30 à 22h30, fermé le mercredi

Boulangeries

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



• À LA POINTE DE CHAVILLE
2061, avenue Roger Salengro
01 47 50 17 54
Ouvert du lundi au vendredi de 7h à 14h et de 15h30 à 20h, le samedi de 7h à 20h, le dimanche de 7h30 à 14h, fermé le jeudi

• BOULANGERIE AZEROUAL
512, avenue Roger Salengro
01 47 50 42 25
Ouvert de 7h à 20h30, fermé le mercredi

• BOULANGERIE GL
7, place du Marché
01 47 09 21 67
Ouvert du lundi au dimanche de 7h à 19h30, fermé le mercredi

• OLIVIER LE BOULANGER
1520, avenue Roger Salengro
01 47 50 18 71
Ouvert du mardi au samedi de 7h à 20h

• MAISON PERRIER
35, rue de Jouy
01 47 50 42 63
Ouvert du mardi au samedi de 7h à 19h30, le dimanche de 7h à 13h30

Commerces non alimentaires

Tous droits réservés à l'éditeur

Midi Libre

Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 130065





Date : 06 novembre 2020
Page de l'article : p.2
Journaliste : Fabien Arnaud

Vente d'alcool : le préfet fixe la limite à 19 h

COMMERCE

Dans le cadre des mesures anti-Covid-19, la vente de boissons alcoolisées est désormais interdite après 19 h. Objectif : empêcher les rassemblements et les débordements.

Fabien Arnaud
farnaud@midilibre.com

À Montpellier et dans tout le département, plus question d'acheter de l'alcool après 19 h. Mesure prise mercredi par le préfet, dans le cadre des dispositions anti-Covid-19 et imposée aux grandes surfaces comme aux cavistes. Objectifs : *« empêcher les regroupements, les festivités, ainsi que les violences intrafamiliales, dont on avait constaté une hausse durant le premier confinement »*, indique la préfecture. L'Hérault adopte ainsi une réglementation particulièrement restrictive. À Toulouse, la vente d'alcool est possible jusqu'à 20 h, dans l'Aude, 21 h et dans le Gard, minuit.

Ces derniers jours, plusieurs textes préfectoraux visant la vente d'alcool se sont succédé. Le 24 octobre, l'heure limite était portée à 20 h (hors restaurants). Puis, le 30 octobre, à l'annonce du reconfinement, à 18 h. Mercredi, enfin, le cadre était fixé à 19 h. De quoi s'y perdre un peu. *« La chambre de commerce fait le relais avec les professionnels »*, assure la préfecture.

Un achat de fin de journée

Ces ajustements d'horaires ne sont pas négligeables pour les cavistes, qui réalisent une part importante de leurs ventes en fin de journée. *« 45 % de notre chiffre d'affaires se fait entre 17 h et 19 h »*, indique Florent Maillard, au magasin Nicolas, près du boulevard de l'Observatoire. Le maintien de la fermeture à 18 h aurait représenté un fort manque à gagner. Place de la Canourgue, l'Atelier des vins ferme habituellement à 19 h 30. Le gérant Emmanuel Bray confirme : *« C'est une tranche horaire importante. Les clients viennent après le travail. »* La mesure prise dans l'Hérault a d'ailleurs suscité la réaction du syndicat des cavistes professionnels.





Florent Maillard (Nicolas) et Emmanuel Bray (l'Atelier des vins). R.D.H.

Pendant le confinement, le vin en tant qu'achat-plaisir est une réalité pour certains consommateurs qui se tournent vers des produits plus qualitatifs. *« Ces derniers jours, dans notre magasin, le prix moyen par bouteille achetée a augmenté de 13 %,* constate le gérant de la boutique Nicolas. *La vente de vins locaux, en particulier, a été démultipliée. » « Nous avions observé le même phénomène lors du déconfinement au printemps dernier »*, note Emmanuel Bray, à l'Atelier des vins.

Épiceries de nuit : fermeture à 21 h

RESTRICTION

Désormais, les commerces qui pratiquent la vente de boissons et les épiceries de nuit doivent cesser leur activité à 21 h, y compris la livraison et la vente à emporter. Un arrêté préfectoral du 30 octobre dernier suspend en effet la dérogation qui leur avait été accordée en 2016 pour exercer de jour comme de nuit.

Tous droits réservés à l'éditeur

L'OBS

Date : 08/11/2020
Heure : 09:03:03
Journaliste : Stéphane Mazurier

www.nouvelobs.com
Pays : France
Dynamisme : 79

Visualiser l'article

Un bal tragique : le jour où « Charlie Hebdo » est né

RECIT. Il y a cinquante ans, en novembre 1970, le fameux journal satirique naissait à la suite de la disparition du Général de Gaulle. L'historien Stéphane Mazurier, auteur d'une somme sur « Charlie Hebdo », raconte comment.

Visuel indisponible

Le premier numéro de « Charlie Hebdo », et le dernier de « L'Hebdo Hara-Kiri », parus en novembre 1970. (FRANCOIS GUILLOT / AFP)

À quoi Georges Bernier peut-il bien penser en ce matin du mardi 10 novembre 1970, quand il se rend rue de Flandre ? À quoi peut bien penser cet homme de 40 ans, dont la vie épaisse l'a mené de son village d'Aubréville, dans la Meuse, aux rizières d'Indochine, où il s'engagea à la fin des années 1940, répondant à l'appel d'une armée française en manque de soldats pour défendre cette vieille colonie d'Extrême-Orient ? Peut-il un instant s'imaginer que, dans les heures et les jours à venir, un bal tragique bouleversera son histoire personnelle, mais aussi l'histoire de la presse française et finalement l'histoire de France tout court ? Peut-il envisager que la mort d'un vieux général entraînera la naissance d'un nouveau journal, « Charlie Hebdo » ?

En ce matin du 10 novembre 1970, Georges Bernier pense plutôt, encore et toujours, à « Hara-Kiri », ce mensuel « bête et méchant », qu'il cofonda il y a dix ans avec Cavanna. Bernier rencontra François Cavanna en 1954 à la rédaction d'un petit journal, « Zéro », qui ne se vendait que par colportage et qui était la propriété d'un certain Jean Novi. Bernier, formidable meneur d'hommes, en était le directeur des ventes et Cavanna le rédacteur en chef. Ce fils de Rital, envoyé en Allemagne dans le cadre du STO pendant la Seconde Guerre mondiale, fut d'abord un dessinateur de presse, admirateur de Dubout, Bosc, Chaval, mais aussi du journal satirique américain « Mad ». Bernier songe souvent à ce jour de 1960 où Cavanna et quelques-uns de ses amis dessinateurs, dont Fred, lui proposèrent de prendre la direction d'un nouveau journal, et donc de quitter « Zéro » – devenu entre-temps « Les Cordées ». Ainsi fut créé « Hara-Kiri », titre imaginé par Cavanna.

« Lorsque Bretécher venait à "l'Obs", les autres journalistes étaient intimidés »

« Bête et méchant », comme la civilisation moderne

Depuis dix ans, le « journal bête et méchant » s'emploie à révolutionner l'humour, à en finir avec l'ancien régime des blagues à la papa, des maris cocus et des amants dans le placard. Depuis dix ans, « Hara-Kiri » s'enorgueillit de rire de tout, même et surtout du tragique, de se moquer joyeusement de la société de consommation comme de la société puritaine. L'humour ne saurait être que « bête et méchant », précisément parce que la civilisation moderne est elle-même « bête et méchante ». Autour de Cavanna, le rédacteur en chef, et de Bernier, le directeur de la publication, se sont rassemblés, au cours de la décennie soixante, de talentueux dessinateurs, dont « Hara-Kiri » a peu à peu forgé la renommée.

Reiser, le plus jeune, avait déjà placé quelques dessins dans « Cordées », quand il n'avait que seize ans et était garçon de course chez les vins Nicolas. Issu d'un milieu très populaire, Reiser peut se définir comme un autodidacte du dessin, à la différence des quatre géants qui rallièrent « Hara-Kiri » dès ses premiers numéros : Gébé, Cabu, Wolinski et Topor. Gébé, de son vrai nom Georges Blondeaux, n'a certes reçu qu'une formation de dessinateur industriel, mais il commençait à placer quelques planches dans « Ici-Paris » ou « Paris-Match » quand il poussa la porte de la rédaction. Jean Cabut, qui dessinait probablement avant de savoir marcher, avait suivi des cours à la fameuse école Estienne.

Tous droits réservés à l'éditeur

Quant à Wolinski et Topor, ils furent étudiants aux Beaux-Arts. C'est Topor qui a imaginé une des premières affichettes publicitaires de « Hara-Kiri » : un visage écrasé par un énorme coup de poing, illustrant ainsi la définition de l'humour selon Cavanna, un *« coup de poing dans la gueule »* . En cet automne 1970, Bernier regrette sans doute que Topor ait quitté depuis cinq ans « Hara-Kiri » pour d'autres épopées artistiques. D'autres dessinateurs ont toutefois rejoint l'équipe à partir du milieu de la décennie, comme Pierre Fournier , discret fonctionnaire se doublant d'un pamphlétaire écologiste passionné, ou le Néerlandais Bernhard Willem Holtrop, alias Willem, ancien élève des Beaux-Arts aux Pays-Bas, figure du mouvement *provo* , et qui tenait à Amsterdam un journal, « God, Nederland & Oranje », dont l'irrévérence avait conduit à l'interdiction. Willem débarqua à Paris peu avant les événements de Mai 68 et entra quelques semaines plus tard à la rédaction de « *Hara-Kiri* » .



Une des premières affichettes publicitaires de « Hara-Kiri », signée Topor.
Pierre Fournier, le visionnaire qui annonçait la fin du monde (ça ne lui a pas réussi)
Cette rédaction ne compte cependant pas que des dessinateurs. Cavanna ne dessine plus guère, mais il a rédigé en dix ans un nombre incalculable de textes pour « Hara-Kiri », usant de multiples pseudonymes. Bernier lui-même s'est mis peu à peu à l'écriture, pour épauler Cavanna. Pour les deux têtes pensantes de « Hara-Kiri », ce fut une bénédiction que l'arrivée en 1967 d'une prolifique plume, celle de Delfeil de Ton, pseudonyme mystérieux d'un nommé Henri Roussel, fanatique de jazz, de Léautaud et de Queneau.

En ce mardi 10 novembre 1970, sur le chemin qui le mène donc rue de Flandre, Bernier se souvient sans doute qu'il fut un temps pas si lointain où « Hara-Kiri » se vendait bien, jusqu'à 250 000 exemplaires au milieu des années soixante, quand il fut, en mai 1966, interdit. Il s'agissait de la deuxième censure qui frappait le mensuel, après celle subie dès 1961, alors même qu'il ne comptait encore guère de lecteurs. Les deux interdictions, prononcées officiellement sur demande d'une Commission de surveillance des publications destinées à la jeunesse, s'appuyaient sur le même motif : la prétendue « pornographie » du journal et donc son caractère « dangereux pour la jeunesse », et ce alors même que « Hara-Kiri » n'a jamais été une publication destinée aux jeunes. Ces interdictions furent très douloureuses pour Bernier, Cavanna et les autres, singulièrement la seconde, qui dura près d'un an et entraîna la dispersion de plusieurs membres de l'équipe. Ainsi, Reiser et

Tous droits réservés à l'éditeur

Gébé, privés de sources de revenus, rejoignirent « Pilote », le journal de Goscinny, où Cabu travaillait déjà, parallèlement à « Hara-Kiri », depuis quelques années.

Philippe Geluck, son Chat et ses recettes contre la « connerie ambiante »
« Si vous aimez les calembours, l'esprit bien parisien, les histoires de cocu, n'achetez pas ! »
En arpentant les rues de Paris, ce 10 novembre 1970, Bernier se rappelle probablement l'ambiance révolutionnaire qui y régnait deux ans et demi plus tôt. Mai 68 l'avait beaucoup amusé, par ses aspects carnavalesques et foutraques. Il interpréta fièrement cette révolte où s'exprimait à la fois le rejet du consumérisme et un goût pour la subversion, comme le fruit de la lecture de « Hara-Kiri » par toute une jeunesse ! Et puis, Mai 68 avait forgé la conscience politique de plusieurs dessinateurs, notamment ceux qui collaborèrent alors à « L'Enragé », le journal de Siné. Ce brûlot prenait clairement le parti des étudiants et des grévistes, tirant à boulets rouges sur le pouvoir gaulliste, et les dessins de Wolinski et Cabu notamment contenaient une charge politique bien plus forte que dans « Hara-Kiri ».

L'expérience de « L'Enragé », quoique éphémère, avait montré qu'il était possible de traiter de façon « bête et méchante » l'actualité, à condition de paraître plus régulièrement, par exemple chaque semaine, et non pas chaque mois. Wolinski avait insisté, Cavanna s'était laissé convaincre et finalement Bernier avait accepté de tenter l'aventure. Et avec Bernier, ce ne pouvait pas être une petite aventure. Ainsi, il ne se contenta pas de simplement transformer le mensuel « Hara-Kiri » en hebdomadaire, mais de fonder un *« prolongement hebdomadaire »* à « Hara-Kiri ». Nous étions au début de l'année 1969, dans les locaux de « Hara-Kiri », rue Montholon, à proximité du square éponyme, qui donna son nom à la société créée par Bernier quelques mois auparavant, les Éditions du Square. L'équipe rédactionnelle réfléchit longuement au titre que pourrait prendre cet hebdo. « Hara-Kiri vite fait » ? « Hara-Kiri vite lu » ? « Vite fait vite lu » ? Finalement, on opta pour l'évidence : ce serait « Hara-Kiri Hebdo ».

Le premier numéro sortit dans les kiosques le 3 février 1969, avec un *« éditorial pour ceux qui aiment ça »*, signé Cavanna. Le rédacteur en chef de « *Hara-Kiri »* et donc de son *« prolongement hebdomadaire »* donnait tout de suite le ton : ce nouveau journal serait un journal d'humour, *« sans façons, mais pas sans prétention »*. *« Si vous aimez les calembours, l'esprit bien parisien, les histoires de cocu […] n'achetez pas ! »*, ajoutait Cavanna, reprenant ici les valeurs cardinales de l'humour « bête et méchant ». L'ours contenait une curiosité : sous le nom du directeur de la publication (Georges Bernier) et de celui du rédacteur en chef (François Cavanna), figurait un « ministre sans portefeuille », Wolinski. Il faut dire que c'était alors la vedette du journal, qu'on le connaissait dans tout le pays, surtout pour ses dessins publicitaires vantant les mérites d'une barre chocolatée. Il méritait bien ce titre honorifique imaginé par Cavanna, lequel n'avait pas non plus oublié que Wolinski était, avec Reiser, le seul dessinateur à être resté à « Hara-Kiri », lors de sa deuxième interdiction, en 1966-1967.

Tous droits réservés à l'éditeur



François Cavanna, ici en 1975.

« Crève, Ducon ! », le testament de Cavanna

« Charlie » avant « Charlie »

Moins de trois semaines après la sortie de « Hara-Kiri Hebdo », les Éditions du Square lançaient un nouveau mensuel, « Charlie », entièrement consacré à la bande dessinée. C'est Delfeil de Ton qui lui souffla l'idée à Bernier : il existait en Italie un journal de ce genre, « Linus », qui connaissait un certain succès. Linus était le nom d'un des personnages des « Peanuts », de Charles Schulz. Bernier proposa alors assez naturellement le titre de « Charlie », en référence à un autre protagoniste de la bande dessinée de Schulz, Charlie Brown. Delfeil de Ton fut nommé rédacteur en chef, mais il abandonna assez vite cette fonction, qu'il transmit à son copain Wolinski. Et donc, alors que « Hara-Kiri » se vendait mal, Bernier le téméraire avait fait le pari de créer deux nouveaux titres en l'espace de quelques semaines !

Les colonnes de « Hara-Kiri Hebdo », d'abord entièrement remplies par seulement neuf personnes (Bernier, Cavanna, Reiser, Cabu, Gébé, Wolinski, Willem, Fournier et Delfeil de Ton), s'ouvrirent au début de l'année 1970 à deux nouvelles plumes : Isabelle Cabut, l'épouse du dessinateur, et au journaliste musical Pierre Lattès, qui cachait son identité derrière le titre de sa rubrique, « Méchamment pop ». Entre-temps, « Hara-Kiri Hebdo » avait été rebaptisé, dès mai 1969, « L'Hebdo Hara-Kiri », sans doute parce que le nom « Hara-Kiri », sentait le soufre, faisait peur aux kiosquiers et qu'il était ainsi préférable de faire apparaître en plus gros « L'Hebdo ». Mais ce changement de titre ne redressa pas du tout les ventes. Avec seulement quelques dizaines de milliers d'exemplaires vendus chaque semaine, « L'Hebdo Hara-Kiri » risque de faire couler les

Tous droits réservés à l'éditeur

Éditions du Square. En ce mois de novembre 1970, Bernier songe de plus en plus sérieusement à arrêter sa publication pour mieux se concentrer sur les deux mensuels, « Hara-Kiri » et « Charlie ».

Arrivé rue de Flandre, il salue Jacques Chenard, alias Chenz, un photographe qui travaille à « Hara-Kiri » depuis plusieurs années. Le journal accorde en effet une place majeure à la photographie, qu'il s'agisse de romans-photos parodiques, de fausses publicités, ou de désopilantes fiches-cuisine et fiches-bricolage. Ce sont précisément des fiches-bricolage que Bernier et Chenz doivent aujourd'hui mettre au point. Avant Chenz, Bernier pouvait compter sur un autre photographe, Michel Lépinay. En mars 1962, Lépinay réalisa ainsi une page où une jeune fille confessait ses problèmes de bas qui filent à un éminent scientifique. C'est Bernier qui joua le rôle du savant, baptisé « professeur Choron », en référence au nom de la rue où se trouvait alors le siège de « Hara-Kiri ». Dès lors, comme l'écrit Cavanna, *« la chrysalide devint papillon. Bernier enfin fut Choron. Professeur Choron. »* C'est à cette époque qu'il se rasa le crâne, abandonna son costume-cravate pour un pardessus et un polo rouge et s'offrit un fume-cigarette pour griller ses soixante Pall Mall quotidiennes. L'homme Bernier se doublait depuis du personnage Choron.

« Le général de Gaulle est mort »
Rue de Flandre, Choron et Chenz commencent donc à travailler à leurs fiches-bricolage quand, un peu avant dix heures, le poste à transistor crache la nouvelle : *« Le général de Gaulle est mort »* . *« Ce grand con… »* se dit alors Bernier. « Hara-Kiri » et de Gaulle, c'est une vieille histoire. Les deux interdictions subies par le mensuel dans les années 60 ne lui furent en effet pas complètement étrangères puisque prononcées par un fidèle d'entre les fidèles du général, le ministre de l'Intérieur Roger Frey. Il est même très probable que la deuxième interdiction, celle de 1966, ait été exigée par Yvonne de Gaulle elle-même, qui était une dame très à cheval sur les questions de morale et de vertu. À quoi Georges Bernier peut-il bien penser lorsqu'il apprend la mort de De Gaulle ? Certainement pas à l'homme de la Résistance, mais à celui qui a fait s'abattre la censure sur « Hara-Kiri ».

C'est le président Pompidou en personne qui a annoncé l'information à la télévision. *« La France est veuve »* , a affirmé celui qui avait, dix-huit mois auparavant, pris place sur le trône élyséen, lorsque « L'Hebdo Hara-Kiri » sortait ses premiers numéros. En d'autres termes, l'hebdo n'a guère eu le temps de brocarder la présidence gaullienne, puisque Pompidou a été élu quatre mois seulement après les débuts du journal. Depuis son arrivée au pouvoir, la France est secouée par des espèces de soubresauts post-soixante-huitards, et donc se maintient une forte agitation gauchiste marquée par quelques coups d'éclats, comme le pillage de l'épicerie de luxe Fauchon, en mai 1970, qu'organisèrent des groupes maoïstes avant de redistribuer leur butin aux habitants des bidonvilles et foyers de travailleurs de la banlieue parisienne.

« L'Hebdo Hara-Kiri » salua cette initiative, mais à sa manière « bête et méchante », donc avec humour plutôt qu'esprit de sérieux. De la même façon, l'hebdomadaire prit la défense du journal maoïste « La Cause du peuple », lorsque celui-ci fut interdit par décision ministérielle, et applaudit la position de Sartre, qui devint directeur de ce journal pour mieux le protéger. Cela ne voulait pas dire que Cavanna, Choron et tous les autres étaient devenus des thuriféraires de la Grande Révolution culturelle prolétarienne, que Reiser et Wolinski avaient enfilé des tenues de Gardes rouges. Dans le cas de « La Cause du peuple », il s'agissait aussi de défendre la liberté d'expression contre une sorte de censure d'État, dont « Hara-Kiri » fut lui-même naguère la victime.

Souvenirs de papier, par Delfeil de Ton
Journal gauchiste, « L'Hebdo Hara-Kiri » ?
Cette répression gouvernementale qui frappe particulièrement les groupes d'extrême gauche est incarnée par le ministre de l'Intérieur Raymond Marcellin, mais aussi, dans une moindre mesure, par le garde des

Tous droits réservés à l'éditeur

Sceaux, René Pleven, l'homme qui fut à l'origine de la fameuse « loi anti-casseurs » votée en juin 1970 et qui vise implicitement à empêcher une nouvelle flambée de manifestations. En somme, et malgré le projet réformiste de « Nouvelle Société » imaginé par le Premier ministre Chaban-Delmas, « L'Hebdo Hara-Kiri » retient surtout de ce début de mandat pompidolien le climat de violence policière, les charges de CRS sur de jeunes manifestants pour qui 68 n'était qu'un début et qu'il fallait continuer le combat.

Journal gauchiste donc, « L'Hebdo Hara-Kiri » ? Pas vraiment, au regard de la presse trotskyste et maoïste de l'époque, qui ne manifestait guère d'humour et qui prêchait des dogmes au lieu d'entretenir le doute critique cher à Cavanna. Certes, plusieurs membres de l'équipe cultivent des amitiés avec des gens d'extrême gauche, comme Wolinski, mais cela ne l'empêche pas de dessiner pour de la publicité commerciale, ni de travailler pour le très peu gauchiste « Journal du dimanche ». La violence de certaines organisations d'extrême gauche ne pouvait que déplaire au pacifiste Cabu, lequel se reconnaissait davantage chez les autogestionnaires du PSU et de la CFDT. Quant à Reiser, le fils de prolo, il fut profondément agacé par ce simulacre de révolution que constituait selon le Mai 68 des étudiants, alors largement issus d'une bourgeoisie qu'ils renâclaient alors à rejoindre.



Mai-68 vu par « Hara-Kiri ».
DIAPORAMA > Wolinski, ce grand monsieur qui ne pensait qu'à ça (en 15 images)

« Bagatelles pour un incendie »
Néanmoins, depuis quelques jours, et jusqu'à la mort de De Gaulle, ce ne sont pas des problèmes politiques qui dominent l'actualité. La quasi-totalité de la presse se passionne pour un effroyable fait divers, survenu le 1er novembre : l'incendie d'une discothèque, le « 5/7 », située à Saint-Laurent-du-Pont, dans l'Isère. Pour des raisons encore inconnues cinquante après, un feu s'était déclenché dans la boîte de nuit, provoquant la mort de 146 personnes, pour la plupart des jeunes gens de dix-huit à vingt-cinq ans. L'ampleur du drame s'expliqua surtout par l'impossibilité de sortir de la discothèque : les tourniquets installés à l'entrée pour éviter les resquilleurs avaient ainsi pris au piège plus d'une centaine de gamins. La plupart des journaux français

Tous droits réservés à l'éditeur

consacrèrent pendant huit jours des pages entières à l'événement. Toujours en pointe dans l'exploitation du sordide, « Le Détective » évoqua le *« bal maudit »*, puis, la semaine suivante le *« bal de la mort, de la honte, de la colère »*. Certains éditoriaux insistèrent sur la tragédie d'une génération, celle des *baby-boomers*, fans de musique pop et partisans d'une liberté sexuelle.

« L'Hebdo Hara-Kiri » reprit également cette information, mais il la traita sur un mode très singulier, comme toujours. En couverture du numéro 93, daté du 6 novembre, Wolinski représenta ainsi les ruines fumantes d'un dancing, avec cette inscription sur une banderole : *« Pendant les travaux le bal continue »*. Delfeil de Ton consacra même toute sa page à cet événement, dans un papier intitulé *« Bagatelles pour un incendie »*, pastichant ainsi le titre du pamphlet antisémite de Céline, « Bagatelles pour un massacre ». Il y pointait l'hypocrisie des autorités autour de cette affaire, qui s'émeuvent de la mort de plus d'une centaine de personnes, alors qu'elles semblent indifférentes quand les victimes sont des Vietnamiens bombardés par l'US Air Force, ou quand les incendies ravagent des bidonvilles de la banlieue parisienne. Delfeil rappelait également la responsabilité du gérant de la boîte d'avoir fait installer des tourniquets anti-resquilleurs et donc empêché toute évacuation lors de l'incendie.

Quelques pages plus loin, Gébé préférait dénoncer la soif de vengeance de l'opinion publique et des médias, leur obsession à vouloir trouver des responsables et à les châtier. Il craignait aussi que le gouvernement profite de ce drame pour renforcer un peu plus l'inspection des lieux publics et donc, celui lui, la répression policière. Pierre Lattès évoqua également l'incendie du « 5/7 » dans sa rubrique exceptionnellement intitulée *« Tristement pop »* car, rappelait-il, *« ces morts […] dansaient aux sons d'un groupe pop »*. En effet, les Storms, originaires de Paris, se produisaient ce soir-là sur la scène. On dit même qu'ils jouaient « Satisfaction » lorsque le feu a commencé à se propager.

Enfin, Reiser revint rapidement sur ce fait divers, en mettant en scène une Marthe Richard exigeant la *« fermeture des dancings »*, comme, vingt-cinq ans plus tôt, celle des maisons closes, et un professeur de philosophie, Étienne Bolo, qui avait été, quelques mois plus tôt, accusé d'avoir volontairement déclenché des incendies en Provence. Une partie de la presse s'était alors livré à un véritable lynchage, en premier lieu « Le Parisien libéré », ce que n'avait pas manqué de souligner Delfeil de Ton dans « L'Hebdo Hara-Kiri ». Reiser dessina donc ce Bolo, tentant de se défendre : *« C'est pas moi qui ai mis le feu. »* À l'annonce de la mort de De Gaulle, Bernier doit se dire que l'incendie du « 5-7 » va instantanément tomber dans les oubliettes médiatiques…

La « combine » de Cavanna

Deux jours plus tard se tient, comme chaque jeudi, la réunion de rédaction de « L'Hebdo Hara-Kiri ». Depuis trois semaines, le journal sort le vendredi, même s'il reste daté du lundi, jour initial de sa parution, et qui explique le titre de la chronique *« Les lundis de Delfeil de Ton »*. Tout doit donc être bouclé la veille, et le terme de « bouclage » est d'ailleurs préférable à celui de conférence de rédaction : il ne faut pas imaginer une sage assemblée de journalistes écoutant la parole du rédacteur en chef, Cavanna, fixant la ligne éditoriale, proposant des sujets et des enquêtes à ses collaborateurs. Rien de tout cela dans « L'Hebdo Hara-Kiri ». Pour pouvoir sortir chaque semaine un journal qui ne compte qu'une dizaine de collaborateurs, Cavanna avait imaginé une « combine » : chacun devait être responsable de sa page (ou sa demi-page, ou ses deux pages), être en quelque sorte son propre rédacteur en chef.

Tous les huit jours et sans aucune concertation préalable, Cavanna, Choron et Delfeil écrivent leurs textes, Cabu, Gébé, Willem, Reiser et Wolinski composent leurs planches, et Fournier concocte sa rubrique mi-écrite, mi-dessinée. La réunion de rédaction de la rue Montholon consiste donc d'abord à assembler les pièces de ce puzzle, à boucher quelques trous avec des dessins, et à trouver la « une ». Le choix de la couverture

Tous droits réservés à l'éditeur

est absolument crucial car c'est la vitrine du journal, son image hebdomadaire dans les kiosques. Elle doit frapper, secouer, étonner et faire rire. À la différence du mensuel « Hara-Kiri », qui, depuis 1963, propose une photographie en première page, « L'Hebdo » fait systématiquement figurer un dessin, accompagné d'une courte légende et/ou d'une bulle. Ce dessin n'est pas choisi par le rédacteur en chef, comme ce serait le cas dans un journal traditionnel, mais il doit être approuvé par l'ensemble de l'équipe, ce qui conduit parfois ces soirées de bouclage à s'éterniser.

« Tout ce qu'on voudra, c'était un grand Français »

Avec la mort du général de Gaulle, Cavanna et les siens ont un sujet en or et se doivent donc de sortir un numéro exceptionnel. Toutefois, certains ont choisi de ne pas en parler, ou plus simplement avaient-ils terminé leur page quand ils ont appris la nouvelle et n'ont-ils pas jugé utile de modifier leur propos. Il en est ainsi de Willem, qui poursuit sa série « Tom Blanc » comme si de rien n'était, de Fournier, qui préfère parler communautés hippies, de Gébé, qui s'interroge sur le socialisme, ou encore de Cabu qui consacre sa page à André Turcat, le premier pilote du Concorde. Cavanna, certes, évoque le décès de l'ancien chef de l'État, mais il se limite à un petit encadré en bas de sa page, qu'il a malicieusement intitulé, à la manière d'Agnès dans « L'École des femmes », *« Le petit chat est mort »* . Plutôt que de s'intéresser à De Gaulle lui-même, il préfère s'amuser des effets médiatiques de sa mort : annoncée un mercredi, elle permet en effet à « L'Hebdo Hara-Kiri », qui paraît chaque vendredi, d'être le premier hebdomadaire à traiter l'événement.

Cavanna soupire déjà en pensant aux hommages unanimes à venir, qu'ils viennent des écrivains, des éditorialistes ou même des *« Français moyens »* , répétant : *« Tout ce qu'on voudra, c'était un grand Français. »* Il conseille enfin aux lecteurs désireux de dévorer un papier uniquement dédié à de Gaulle de courir à la page de Delfeil de Ton. Ce dernier y propose un *« In Memoriam »* qu'il attendait depuis des mois. Il s'agit d'un hommage fantaisiste et presque onirique à un de Gaulle qu'il imagine comme un vieux compagnon de l'équipe de « Hara-Kiri », un personnage simple et débonnaire, à qui la rédaction aurait conseillé d'écrire ses Mémoires. En somme, il ne s'est pas livré à une critique cinglante et directe de l'ancien chef de l'État, et a préféré manier l'humour et l'ironie.

Les pages de Wolinski et de Reiser ne sont, elles non plus, pas très cruelles envers de Gaulle. Wolinski fait parler ses deux fameux personnages de bistrot, qui, fidèles à leurs idées droitières, ne pardonnent toujours pas à de Gaulle d'avoir *« trahi Pétain et donné l'Algérie aux bicots »* . Ainsi, Wolinski se souvient pour le moment de l'homme qui fut le chef de la France libre et l'artisan de la décolonisation de l'Algérie, plutôt que du président autoritaire que le même Wolinski attaquait très violemment, deux ans plus tôt, dans « L'Enragé ». Quant à Reiser, il figure de Gaulle en éléphant rejoignant solitairement le cimetière, loi du troupeau de ses idolâtres. En somme, aucun membre de l'équipe ne s'est montré vraiment insultant envers l'ancien chef de l'État, comme si sa stature historique interdisait, non pas toute critique, mais une forme de mépris auquel les multiples barons du gaullisme, de Debré à Pompidou en passant par Chaban, n'ont au contraire pas échappé.

Tous droits réservés à l'éditeur



Georget Bernier, alias Professeur Choron (1929-2005), cofondateur de « Hara-Kiri » et « Charlie Hebdo », ici en 2003.

« Bal tragique à Colombey – 1 mort »

Tous les membres de la rédaction ont donc apporté leur contribution au numéro 94 de « L'Hebdo Hara-Kiri ». Quelques trous ont été bouchés au cours de la réunion par des dessins de Wolinski, Reiser et Gébé. Reste à trouver la couverture. Pendant plusieurs heures, les dessinateurs essaient, proposent, raturent et déchirent des pages et des pages. Aucune proposition n'a recueilli la nécessaire unanimité. Puis, alors que l'on commence à désespérer, Choron tire une bouffée de sa Pall Mall glissée dans son fume-cigarette, avant de s'exclamer, triomphant : *« Bal tragique à Colombey. Un mort »* . Silence. Puis explosion de rire dans la salle de rédaction.

Croiser l'incendie du 5/7 et la mort de De Gaulle : le professeur Choron vient peut-être de trouver la blague la plus fulgurante du siècle. Seul un esprit aussi bouillonnant et fantasque que le sien pouvait ainsi imaginer le vieux général expirant dans une boîte de nuit. Mais la formule magique du *« bal tragique »* contient aussi une dénonciation en creux de l'exploitation médiatique effrénée de ce drame, qui risque fort de disparaître complètement des colonnes des journaux au profit de la disparition de De Gaulle. Elle est en tout cas plébiscitée par toute l'équipe, même si Delfeil estime qu'elle n'est peut-être pas assez percutante.

Reste à savoir quel dessin accompagnera ces quelques mots, puisque toutes les couvertures de « L'Hebdo Hara-Kiri », sans exception, ont pris cette forme. Toutefois, à la réflexion, qu'est-ce qu'un dessin apporterait de plus ? Le *« bal tragique à Colombey – 1 mort »* se suffit à lui-même, il s'étalera en pleine page de couverture, une couverture exceptionnellement teinte en gris et noir, en signe de deuil, et non, comme en temps normal, colorée de jaune, de rouge, de vert ou de bleu. Tard dans la soirée du 12 novembre, le journal est enfin terminé. Les rotatives peuvent commencer à tourner, les lecteurs découvriront le lendemain dans les kiosques le 94 e numéro de « L'Hebdo Hara-Kiri ».

« Interdiction de vente aux mineurs... »

Tous droits réservés à l'éditeur

Il sort effectivement le vendredi 13 novembre, sans déclencher de scandale particulier. Le lundi suivant, le ciel tombe sur la tête du professeur Choron. Le « Journal officiel de la République française » publie un arrêté du ministère de l'Intérieur interdisant « L'Hebdo Hara-Kiri ». Il s'agit plus exactement d'une *« interdiction de vente aux mineurs de dix-huit ans, d'exposition et de publicité par voie d'affiches »* , soit rigoureusement le même procédé qui avait permis l'interdiction, par deux fois, du mensuel *Hara-Kiri* dans les années soixante. L'arrêté ministériel s'appuie en effet sur l'article 14 de la loi de 1949 permettant de tuer tout journal jugé *« dangereux pour la jeunesse »* , *« licencieux »* ou *« pornographique »* en compliquant à l'extrême sa vente. Non seulement il n'est plus possible à « L'Hebdo Hara-Kiri » d'être exposé chez les marchands de journaux, mais il est également exclu de toute société coopérative de messagerie et ne peut donc plus être distribué par ce biais.

Choron comprend immédiatement que l'arrêté ministériel assassine instantanément le journal, et qu'il peut aussi provoquer la faillite à court terme de « Hara-Kiri » : les kiosquiers feront-ils la différence entre l'hebdo et le mensuel ? Ce terrible coup de massue est perçu, par tous les membres de l'équipe, comme la conséquence directe du *« Bal tragique à Colombey. Un mort »* . Il est très probable que plusieurs barons gaullistes, écœurés par cette couverture impie, aient obtenu du ministre de l'Intérieur, Raymond Marcellin, qu'il ordonne l'interdiction de l'hebdomadaire, après l'avoir en vain demandée au Premier ministre, le plus libéral Jacques Chaban-Delmas. Cavanna et Choron envoient le jour-même un communiqué à l'AFP pour annoncer l'interdiction de « L'Hebdo Hara-Kiri ». Ils ne s'attendent guère à ce que la nouvelle émeuve particulièrement l'opinion publique, ni leurs confrères journalistes. Ils se souviennent en effet des précédentes interdictions du mensuel « Hara-Kiri », qui n'avaient guère soulevé de protestations. De surcroît, le lancement de « Hara-Kiri Hebdo », en février 1969, n'avait pratiquement pas été relayé par la presse.

« Le Monde » parle de « censure politique », « le Nouvel Obs » offre l'hospitalité à la rédaction
Pourtant, le miracle se produit. À la surprise de toute la rédaction, de nombreux confrères de la presse écrite font part de leur vive désapprobation envers une décision qu'ils jugent être une atteinte intolérable à la liberté d'expression. C'est le journal « Le Monde » qui, dès son édition du 20 novembre et sous la plume de son directeur Jacques Fauvet, parle de *« censure politique »* dans un éditorial intitulé *« Intolérance »* . Quelques heures plus tôt, Wolinski et Delfeil de Ton s'étaient rendus au siège du quotidien et avaient demandé à Fauvet de refaire le coup de Sartre avec « La Cause du peuple » : prendre la direction de « L'Hebdo Hara-Kiri » pour protéger le titre. Certes, Fauvet refusa, mais *« l'affaire du Bal tragique »* apparaît en « une » du journal le plus respecté de toute la presse française. En pages intérieures, une tribune du Syndicat national des journalistes utilise aussi l'expression de *« censure politique »* .

Deux jours plus tard, « L'Hebdo Hara-Kiri » est de nouveau cité dans « Le Monde », par le journaliste Marc Even, qui rend hommage à ce qu'il appelle *« la presse d'exaspération »* . Le soutien arrive aussi de plusieurs magazines, comme « L'Express », dont la directrice, Françoise Giroud, brandit le principe de la liberté d'expression… tout en soulignant le dégoût que lui procure l'humour *« bête et méchant »* . « Le Nouvel Observateur » va bien plus loin puisqu'il offre l'hospitalité à la rédaction de « L'Hebdo Hara-Kiri », qui, le 23 novembre, dispose de deux pages à l'intérieur du magazine, lequel consacre également sa une à l'interdiction de l'hebdomadaire. Dans son éditorial, Jean Daniel avoue, contrairement à Françoise Giroud, apprécier l'iconoclasme et l'indécence de « Hara-Kiri ». Il ajoute que la censure dont il est victime s'inscrit dans une atmosphère générale d'atteinte à la liberté d'expression. Jean Daniel cite ainsi pêle-mêle les cas de Serge Rezvani, qui devait présenter à l'ORTF des documentaires sur la question raciale aux États-Unis et dont la participation a finalement été annulée, de William Klein, dont le film consacré aux « Black Panthers », n'a pas reçu le droit d'être diffusé, et de Pierre Guyotat, dont le roman érotique « Eden, Eden, Eden », a été victime du même type d'arrêté d'interdiction que « L'Hebdo Hara-Kiri ».

Tous droits réservés à l'éditeur

À en croire plusieurs journalistes, le climat tend à devenir liberticide et le soutien apporté au journal de Cavanna et Choron est d'abord un soutien à une liberté d'expression menacée. Une poignée de journalistes de l'ORTF osent manifester leur indignation, à l'instar de Michel Polac, dans son émission « Post-scriptum », sur la 2 e chaîne, qu'il présente en compagnie de Pierre Lattès, l'auteur anonyme de la chronique *« Méchamment rock »* dans « L'Hebdo Hara-Kiri ». Enfin, le très écouté rédacteur en chef de RTL, Jean Ferniot, prend également position contre l'arbitraire ministériel.



« Hara-Kiri »... à la Une du « Nouvel Observateur » du 23 novembre 1970.

DOSSIER. Le destin de Claire Bretécher

Robert Badinter propose de défendre « Hara-Kiri »

Le contraste est saisissant avec 1966, quand « Hara-Kiri » avait été interdit dans une indifférence quasi-générale. Mais le mensuel ne traitait pas ouvertement de politique, à la différence de « L'Hebdo Hara-Kiri ». Ainsi, la censure dont il fait l'objet est nécessairement comprise par la plupart des journalistes comme une censure politique. Par ailleurs, depuis 1966, les temps ont changé : Mai 68 est passé par là et la défiance envers le pouvoir et sa prétendue volonté d'étouffer les libertés s'est accrue. Cependant, le ministre de l'Intérieur, Raymond Marcellin, n'en a probablement pas conscience et n'imagine pas que l'interdiction d'un journal taxé de mauvais goût et de vulgarité puisse provoquer le moindre remous dans le monde de la presse. Cependant, Marcellin souffre aussi d'une image détestable dans ce milieu, notamment parce que, un mois auparavant, sa police avait sévèrement molesté des journalistes qui couvraient une manifestation de soutien au militant maoïste Alain Geismar.

Qu'elle soit simplement fondée sur la défense de la corporation, qu'elle porte pour principe la liberté de la presse ou qu'elle exprime un soutien spécifique au journal « L'Hebdo Hara-Kiri », la réaction de la presse surprend autant qu'elle encourage Bernier et Cavanna à agir, protégés qu'ils seront par des gens qui se découvrent leurs confrères. Maître Robert Badinter propose même de défendre « L'Hebdo Hara-Kiri », mais, puisque son interdiction procède d'une décision administrative et non d'une décision de justice, le seul recours possible est une requête devant le Conseil d'État, procédure extrêmement longue et qui n'est pas suspensive de l'acte administratif.

Tous droits réservés à l'éditeur

Juste après la rencontre avec Jacques Fauvet, Wolinski téléphone à Pierre Lazareff, son patron au « Journal du dimanche ». Ce dernier, comme Fauvet, refuse le poste de directeur de « L'Hebdo Hara-Kiri » que lui propose Wolinski, mais il lui conseille de contourner l'interdiction en paraissant sous un nouveau titre. Dès la première interdiction du mensuel, en 1961, l'équipe de « Hara-Kiri » y avait pensé : pourquoi ne pas ressortir sous le titre « Haro-Kiru », par exemple ? La loi de 1949 a malheureusement tout prévu : la reparution d'un journal interdit sous un autre titre est passible de fermeture de la société éditrice, de lourdes amendes et même de prison ferme ! Toutefois, compte tenu de la vive réaction de la presse à l'interdiction de « L'Hebdo Hara-Kiri », on peut envisager que le ministère de l'Intérieur laisse faire.

Ce nouveau journal se nommera « Charlie Hebdo »

C'est en tout le cas le pari de Choron et de Cavanna : Marcellin n'osera pas signer un nouvel arrêté d'interdiction après le tollé qu'a suscité l'affaire du *« Bal tragique »* . Décision est donc prise de sortir dès le vendredi 20 novembre, soit le jour où aurait dû paraître le 95 e numéro de « L'Hebdo Hara-Kiri », un nouvel hebdomadaire pour remplacer le défunt. Puisque « L'Hebdo Hara-Kiri » était le supplément hebdomadaire du mensuel « Hara-Kiri » et que les éditions du Square publient un autre mensuel, « Charlie », Cavanna et Choron créent un supplément hebdomadaire à ce journal de bandes dessinées. De la même façon que le supplément hebdomadaire de « Hara-Kiri » était initialement appelé « Hara-Kiri Hebdo », ce nouveau journal se nommera « Charlie Hebdo ». Qui a trouvé ce nom, « Charlie Hebdo » ? Choron ? Cavanna ? Wolinski ? Un autre ? Plusieurs personnes ? Peu importe finalement : « Charlie Hebdo » est né. Comme annoncé par la rédaction à l'AFP dans la nuit du jeudi 19 au vendredi 20 novembre, l'hebdomadaire est en vente, une semaine exactement après la sortie de l'ultime « Hebdo Hara-Kiri ».

Un encadré en « une » indique que la naissance de ce nouveau journal est directement liée à l'interdiction de « L'Hebdo Hara-Kiri », qui pèse évidemment très lourd dans les caisses des éditions du Square, mais qu'il *« ne remplace en aucune façon "L'Hebdo Hara-Kiri" »* . La rédaction déclare en effet poursuivre la lutte pour abroger l'arrêté ministériel qui l'interdit, mais cette précision est aussi une manière de se prémunir contre toute tentative administrative d'empêcher la publication de « Charlie Hebdo ». On y retrouve certes la même équipe que dans l'hebdomadaire disparu, et celle-ci s'affiche fièrement en lettres majuscules en haut de la couverture, mais la typographie, Helvetica, est identique à celle du mensuel « Charlie ». On y insère quatre pages de bandes dessinées américaines – « Tumbleweeds » et « Peanuts » – semblables à celles du mensuel « Charlie ». L'ours est aussi le même que celui du mensuel « Charlie », avec Wolinski pour rédacteur en chef officiel. Toutes les rubriques *de* « L'Hebdo Hara-Kiri » ont modifié leur titre : *« Je l'ai pas lu, je l'ai pas vu, mais j'en ai entendu causer »* , de Cavanna, devient *« Si t'aimes pas ça, t'as qu'à tourner la page »* , *« Méchamment pop »* devient *« Ça madame, c'est pop »* , la *« Revue de presse »* de Willem devient *« Chez les esthètes »* , *« Le petit coin de la culture »* , de Delfeil de Ton, devient *« Le cabinet des arts »* , etc.

Tous droits réservés à l'éditeur

L'OBS

Date : 08/11/2020
Heure : 09:03:03
Journaliste : Stéphane Mazurier

www.nouvelobs.com
Pays : France
Dynamisme : 79

Visualiser l'article



Photo prise le 21 novembre 2003 au Centre Georges Pompidou, à Paris, de l'un des dessins de Jean-Marc Reiser, lors d'une rétrospective consacrée à ce dessinateur-choc d'« Hara-Kiri » et « Charlie Hebdo » pour le 20e anniversaire de sa disparition.

« Il n'y a pas de censure en France »

Dans ce premier numéro de « Charlie Hebdo », Cavanna revient longuement sur le processus d'interdiction de « L'Hebdo Hara-Kiri », et plus particulièrement sur le caractère hypocrite de la loi de 1949, censée protéger la jeunesse et qui permet en fait d'interdire arbitrairement n'importe quelle publication en France. *« Il n'y a pas de censure en France »* , titre d'ailleurs ironiquement le journal. Il faut comprendre par-là que la censure n'existe pas de façon officielle, mais qu'elle peut s'exercer de manière sournoise, en prétextant venir au secours des petits enfants et les préserver de la pornographie.

Dans une tribune publiée par « Le Monde » le lendemain du lancement de « Charlie Hebdo », le ministre de l'Intérieur, Raymond Marcellin, assure que l'arrêté d'interdiction n'a pas été motivé par des causes politiques, mais bien en raison du « caractère de plus en licencieux » du journal. Pour étayer son propos, Marcellin fait référence à plusieurs dessins de Willem et de Cabu, représentant des sexes masculins. Il tient le même discours quelques jours après, lorsqu'il reçoit Bernier dans son bureau de la place Beauvau. Un argument supplémentaire plaiderait en faveur de l'Intérieur : l'arrêté d'interdiction de « L'Hebdo Hara-Kiri » est daté du 4 novembre, soit près de dix jours avant la sortie du fameux numéro 94, celui du *« Bal tragique à Colombey »* , même s'il n'a été publié que dix jours plus tard au « Journal officiel ».

Tous droits réservés à l'éditeur

Ces déclarations ne convainquent presque personne dans le monde de la presse, qui estime toujours que la décision est de nature politique. Cavanna affirme même, dans le deuxième numéro de « Charlie Hebdo », que l'arrêté a été antidaté pour ne pas faire corréler l'interdiction avec la couverture jugée blasphématoire envers le général de Gaulle. Il est vrai que, curieusement, « L'Hebdo Hara-Kiri » est le seul journal à subir une interdiction publiée le 15 novembre dans « Le Journal officiel ». Et puis, une dizaine d'arrêtés d'interdiction datés du 4 novembre avaient été publiés dans le « JO » du 11 novembre. Pourquoi donc « L'Hebdo Hara-Kiri » n'y figurait-il pas ? Peut-on vraiment concevoir un simple oubli administratif, corrigé deux jours plus tard ?

« Le Prix bête et méchant à Marcellin »

Le lundi 23 novembre à 17 heures, toute la bande de « Hara-Kiri » tient une conférence de presse au Café de la Gare, le fameux café-théâtre créé l'année précédente par Romain Bouteille et Coluche, des amis de l'équipe. Cavanna remercie ses confrères de la presse institutionnelle qui ont soutenu le journal, même si certains affirmaient ne pas l'apprécier. Il rejette également avec force les accusations de pornographie et de mauvais goût qui ont été portées contre « Hara-Kiri » et « L'Hebdo », expliquant en substance toute la subjectivité de ces catégories. À la fin de la conférence, il annonce que la rédaction vient d'attribuer à Raymond Marcellin le « Prix bête et méchant », récompense créée en 1963 par « Hara-Kiri » et qui avait, cette année-là, récompensé un proche de l'équipe : le réalisateur Jean-Christophe Averty, à qui Cavanna et Bernier devaient leurs toutes premières apparitions télévisées, dans « Les Raisins verts ». *« Le Prix bête et méchant à Marcellin »* est d'ailleurs le titre qui barre toute la couverture du deuxième numéro de « Charlie Hebdo », paraissant quatre jours plus tard. Entre-temps, le ministre de l'Intérieur a encore fait des siennes.

Alors qu'il déclarait, dans « Le Monde » daté du 23 novembre, qu'il ne reviendrait pas sur l'interdiction, Raymond Marcellin annonce le lendemain, dans un communiqué à l'AFP, puis sur le plateau de l'émission télévisée « 24 heures sur 24 », qu'il y a eu en fait méprise sur le document administratif et qu'il ne visait pas à empêcher la publication de « L'Hebdo Hara-Kiri ». En conséquence, il promet de modifier cet arrêté qui ne conservera pour l'hebdomadaire que l'interdiction à la vente aux mineurs de dix-huit ans. Hors de question d'accepter cette « semi-absolution » pour Cavanna et les siens : la rédaction annonce, dans le deuxième numéro de « Charlie Hebdo », qu'elle refuse de faire reparaître « L'Hebdo Hara-Kiri » avec la mention obligatoire *« Interdit aux mineurs »* ou *« Réservé aux adultes »* . Pour ces amoureux de la liberté absolue, cette mesure de liberté conditionnelle est purement inacceptable. Delfeil de Ton affirme fièrement ce *« refus de décoration »* , cette *« estampille »* qui ferait de lui et de ses copains de « Hara-Kiri » *« des êtres d'exception, doués du pouvoir redoutable et exclusif de pervertir la jeunesse »* . Ainsi donc, tant que l'arrêté ministériel ne sera pas entièrement abrogé, « L'Hebdo Hara-Kiri » ne reparaîtra pas[1].

Tous droits réservés à l'éditeur



A la rédaction de « Charlie Hebdo », le 16 mars 1981 : François Cavanna, Gébé, Georges Bernier alias "Professeur Choron" et Madie Pescarolo.

Le Café de la Gare, le café-théâtre anar qui a vu passer Coluche, Miou-Miou, Dewaere et Depardieu

Le mardi 1er décembre, le nouvel arrêté annoncé par Marcellin est publié au « Journal officiel ». Puisque, désormais, « L'Hebdo Hara-Kiri » n'est plus un journal *stricto sensu* interdit, la publication de « Charlie Hebdo » risque moins de passer sous le coup de la loi sanctionnant la reparution de journaux prohibés. C'est une des raisons pour lesquelles le troisième numéro de « Charlie Hebdo » reprend la typographie de feu « L'Hebdo Hara-Kiri », comme le titre de ses principales rubriques. Il faut attendre le quinzième numéro, paru en janvier 1971, pour que l'on retrouve l'ours de « L'Hebdo Hara-Kiri », avec Cavanna rédacteur en chef à la place de Wolinski, qui n'assurait officiellement cette fonction qu'en tant que rédacteur en chef du mensuel « Charlie ».

Dans le troisième numéro de « Charlie Hebdo », Delfeil de Ton revient une nouvelle fois sur l'affaire du *« Bal tragique »* et insiste sur l'assourdissant silence de ses confrères, naguère si bavards, sur l'obligation faite à « L'Hebdo Hara-Kiri » de porter la mention *« Interdit aux mineurs »* pour pouvoir reparaître, comme si l'équipe de « Hara-Kiri » devait se satisfaire de cette libéralité ministérielle. Delfeil dénonce ainsi l'arbitraire de la loi de 1949 et, douze années durant, « Charlie Hebdo » ne cessera, en vain, de réclamer son abrogation. Ainsi, comme le souligne Cavanna, de la même façon que « L'Hebdo Hara-Kiri » a été interdit par *« le fait du prince »* , « Charlie Hebdo » a été, pendant douze ans, *« toléré par le fait du prince »* . Bernier a certes sollicité, quelques semaines après le lancement de « Charlie Hebdo », l'aide d'un parlementaire et ancien journaliste, qu'il pensait sensible au problème de la liberté de la presse : Jean-Jacques Servan-Schreiber. Il

Tous droits réservés à l'éditeur

demanda, en vain, au fondateur de « L'Express » et tout jeune député de Nancy d'interpeller le gouvernement sur cette question.

Des ventes multipliées par cinq en six mois

La « loi scélérate », permettant d'interdire sans jugement n'importe quelle publication, n'est donc pas supprimée, mais « Charlie Hebdo » prend son envol. Certes, pas immédiatement, mais le *« bal tragique »* a offert une publicité inespérée à Cavanna et sa bande. En l'espace de six mois, les ventes sont multipliées par cinq et atteignent vite les 120 000 exemplaires. C'est alors que Cavanna abandonne la rédaction en chef de « Hara-Kiri », la confiant à Gébé, se concentrant sur l'hebdo. L'histoire de ce premier « Charlie Hebdo », abandonné par ses lecteurs, prend fin à l'aube de l'année 1982. Dix ans plus tard, Cavanna affirme sans fausse modestie que *« "Charlie Hebdo" fut la plus prodigieuse concentration de talents qu'il y eut jamais dans la presse »* . Cette légende de la presse satirique est donc née il y a tout juste cinquante ans, grâce à la disparition d'une légende de l'histoire de France, Charles de Gaulle, et au zèle de celui qu'il avait nommé ministre de l'Intérieur après Mai 68, Raymond Marcellin.

À quoi Georges Bernier pourrait-il penser aujourd'hui, à l'heure où l'on commémore concomitamment le cinquantième anniversaire de la mort du chef de la France libre et celui de la naissance du journal le plus libre de son temps ? Posons-lui directement la question :

« − Professeur Choron, que pensez-vous de cet historien qui profite des cinquante ans de " *Charlie Hebdo* " pour raconter la genèse de ce journal ? − Qu'il crève ! »
Merci, Professeur Choron.

[1] Cet arrêté n'est abrogé qu'en juillet 1981, par le ministre socialiste de l'Intérieur, Gaston Defferre. « L'Hebdo Hara-Kiri » reparaît donc, mais ses mauvaises ventes obligent Choron, cinq mois plus tard, à arrêter la publication de ce journal que tous les lecteurs appelaient encore « Charlie Hebdo ».

Stéphane Mazurier, bio express

Né en 1976 à Mont-Saint-Aignan, professeur agrégé d'histoire en classes préparatoires, ***Stéphane Mazurier*** *a soutenu en 2007 une thèse de doctorat intitulée : « " L'Hebdo Hara-Kiri"/"Charlie Hebdo" (1969-1982) : un journal des années soixante-dix », dont il a tiré un livre, « Bête, méchant et hebdomadaire : une histoire de "Charlie Hebdo" » , paru en 2009 (Buchet Chastel / Les Cahiers dessinés). Il est également le coauteur, avec Cavanna, Delfeil de Ton et Michèle Bernier de « Hara Kiri, les belles images » (Hoëbeke).*

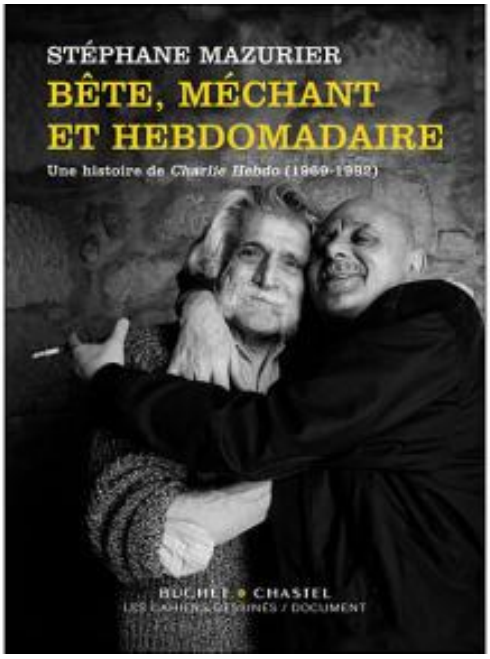
Tous droits réservés à l'éditeur

L'OBS

Date : 08/11/2020
Heure : 09:03:03
Journaliste : Stéphane Mazurier

www.nouvelobs.com
Pays : France
Dynamisme : 79

Visualiser l'article



« Bête, méchant et hebdomadaire : une histoire de 'Charlie Hebdo' (1969-1982) », par Stéphane Mazurier (Buchet Chastel / Les Cahiers Dessinés).

Tous droits réservés à l'éditeur

VAR MATIN
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 66757



Date : 11 novembre 2020

GRIMAUD

Plusieurs enseignes accessibles

Les commerces « utiles » suivants restent ouverts : les boulangeries La Fournée Grimaudoise (uniquement le matin), Borea, Saines saveurs, La Provençale, Paul et La Tarte tropézienne.
La Halle de Grimaud, Intermarché, épicerie Vival, supermarché Utile.
Le tabac, loto, presse village, le bar tabac le Passage, le caviste Nicolas, Car Go Locations, la pépinière Jardinerie Pierre Basset, la jardinerie décoration animalerie Ediosmo, Villaverde Rocchietta, la pépinière Plantarium.
Mais aussi les forains alimentaires du marché du jeudi matin.



Plusieurs commerces s'adaptent au confinement et le marché alimentaire reste ouvert. (Photo D.R.)

Côté restauration, la trattoria Pizzeria Saint-Joseph (à emporter ou par livraison (Facebook), la Caravelle (à emporter et par livraison (jai-faim.com), Apopino (à emporter (Facebook), Maracanã Pizzeria Port-Grimaud (à emporter - Facebook), La fontaine (à emporter - www.lafontaine-grimaud.fr), le bistrot du coin (à emporter, Facebook).
D'autres commerçants se sont adaptés au confinement : Chacha (Instagram - Tél. : 06 47 67 37 20), Little Boki shop (retrait sur place ou livraison, Instagram), Nouveau Décoration (livraison à domicile, lenouveaudecoration.fr), atelier S (Facebook), un autre regard (retrait sur place, Facebook), By Natacha (retrait sur place, livraison à domicile, Facebook), Un monde nomade (retrait, livraison ou envoi - http://www.un-monde-nomade.com ou 06.77.06.46.38).

Tous droits réservés à l'éditeur

www.tele-monaco.mc
Pays : France
Dynamisme : 4

Visualiser l'article

Made in Monaco - Monaco - Art & Culture - Télé Monaco

Visuels indisponibles

Des cosmétiques aux bijoux, en passant par les liqueurs, les machines à café ou les huîtres, la Principauté abrite encore de nombreux fabricants. Petit tour d'horizon...

> Bettimask anti-Covid
Comme beaucoup, la société monégasque Bettina, spécialiste des articles de maille à destination des grandes maisons françaises de luxe, a développé une nouvelle activité durant la crise sanitaire : les masques anti-Covid. Soixante-six ans après la création de la maison par Bettina Graziani, les 168 salariés sont désormais installés sur les hauteurs de la Condamine et la société a usé de sa créativité et de ses compétences pour participer à l'effort de fabrication des masques grand public. Ainsi naît Bettimask, masque en maille, lavable à cinq reprises. Depuis, les machines tournent à plein pour sortir un masque lavable 75 fois - unique sur le marché -, ergonomique, capable de filtrer à 93% les particules de trois micromètres, décliné en neuf tailles et trois couleurs.
www.bettimask.fr

> Asepta de la tête aux pieds !
Fabricants et distributeurs de produits dermo-cosmétiques, les laboratoires Asepta poursuivent leur activité à Monaco (Fontvieille) depuis plus de 75 ans. Conçus et fabriqués entièrement en Principauté de Monaco, les produits Asepta bénéficient des plus récents progrès de la cosmétologie. Le centre de Recherche et Développement et la politique soutenue de Qualité et d'Innovation ont permis de créer avec succès en France et à l'International les gammes : "Akiléine" pour les soins podologiques, "Coup d'Eclat" pour le visage, "D'Ame Nature" pour les soins naturels, "Ecrinal" pour les ongles, cheveux ou cils et "Vita Citral" pour les soins des mains et des lèvres. Aujourd'hui, Akiléine® est la gamme leader des soins podologiques en France.
www.asepta.com

> Coty-Lancaster au service du soleil...
A première vue, rien n'indique que derrière les murs d'un immeuble de bureaux classique se cache une usine de cosmétiques du groupe américain Coty. Mais à Monaco, rien ne se fait comme ailleurs. Le géant de la beauté - qui compte 10 usines à travers le monde - y possède toujours un pôle de fabrication, ainsi qu'un centre de recherche et développement. Un héritage de la marque Lancaster, fondée en 1946 sur le Rocher et rattachée au groupe américain en 1996 : 95 % des produits Lancaster sont fabriqués sur le site de Monaco. Le site fabrique près de 50 millions d'articles chaque année (crèmes, gels douche, déodorants…) dont la grande majorité des produits Lancaster, marque spécialisée dans la protection solaire et le skincare, mais aussi des cosmétiques Rimmel et des soins accompagnant les parfums Chloé, Marc Jacobs ou Calvin Klein.

> Conti : l'excellence au café
Créée en 1950 Quai Conti à Paris, la société Sacome devient Sacome-Conti en s'installant sur le port de Monaco en 1956, et depuis 2003 à Fontvieille. Fabriquant de machines à café professionnelles pour l'hotellerie restauration, Conti innove dans les produits avec un rapport qualité-prix performant sur le marché. Avec ses machines classiques, machines automatiques ou machines à doses professionnelles ou familiales, mais aussi ses accessoires pour barista, Conti exporte désormais plus de 70% de sa production sur tous les continents.
www.conti-espresso.com

> L'Orangerie de la Condamine

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

La Principauté compte 600 bigaradiers sur son territoire : le monégasque Philip Culazzo en a tiré une liqueur, produite à la Condamine grâce aux zestes d'oranges amères, qu'il commercialise depuis 3 ans. Son nom ? L'Orangerie, que l'on retrouve sur les tables des hôtels de la SBM, mais aussi sur celles du Métropole, du Yacht Club, de l'Automobile Club et des Grands Chais Monégasques. Les caves Nicolas du sud de la France et le "duty free" de l'aéroport de Nice le proposent également à leurs clients. Elle est même exportée à Singapour, au Japon et à Macao ! Ce produit qui inspire les barmans peut être servi en cocktail, mais aussi en apéritif ou en digestif.
www.orangerie.mc

> Les Perles de Monte Carlo
Les amateurs de fruits de mer se retrouvent au bout de la digue de Fontvieille, aux Perles de Monte-Carlo où Brice Cachia et Fréderic Rouxeville, deux biologistes de formation, se sont lancés en 2011 dans l'affinage de produits marins. Ils fournissent notamment en huîtres affinées sur place de nombreuses tables de la Principauté et permettent aussi à la clientèle de les déguster sur place aux "Perles de Monte Carlo"
Quai Jean-Charles Rey - à Monaco - Tél. : 97 77 84 31 - www.perlesdemontecarlo.com

> Les jus bio de Moco
Moco à Monaco, ce sont des jus de fruits et de légumes bio de grande qualité énergétique. "Betterave, pomme, gingembre, aloe vera, citron", "carotte, pomme, gingembre, citron et turmeric" ou "ananas", pomme, citron, gingembre et turmeric", voilà les best-sellers de la maison. "Nous avons d'abord commencé par importer des noix de coco Nam Hom de Thaïlande. Cela a rapidement créé un marché pour les produits sains, ce qui nous a naturellement conduit à faire des jus biologiques pressés à froid. Cela fait maintenant un an que nous travaillons avec les supermarchés, les hôtels de luxe, les bateaux et les livraisons à domicile assure le créateur de Moco, Albert Nahas. "Nous avons commencé à distribuer nos produits dans d'autres pays européens et veillerons à ce que notre présence en France devienne encore plus importante".
www.mocosociety.com

> APM Monaco
Contraction du prénom et du nom de la fondatrice, Ariane Prette, la marque APM Monaco a été créée en 1982 en tant que fabricant de pièces et bijoux destinées à des maisons renommées dans l'industrie de la bijouterie. La famille Prette décide, en 2011 de se lancer dans l'aventure de la création de bijoux modernes et tendances, en marque propre. Avec son intérêt et sa passion pour la création, ainsi que ses valeurs pour les traditions familiales, il était évident que Kika, la belle-fille d'Ariane Prette, prenne les rênes et s'occupe des aspects créatifs d'APM Monaco. Inspirés du style personnel de Kika, les designs APM sont modernes et minimalistes, avec un look chic et tendance qui permet aux femmes de créer leur propre style sans effort.
www.apm.mc

Tous droits réservés à l'éditeur



J-6 avant le drôle de Beaujolais nouveau

S'en jeter un derrière la cravate ? Cette année, cela risque de se faire à la maison, en pantoufles. *Exit* les apéros entre collègues, la crise sanitaire balaie les traditions : votre beaujolais nouveau va se sentir un peu plus seul qu'à l'accoutumée... Difficile d'entrevoir une quelconque tendance pour Frédéric Pollard. A six jours du fameux troisième jeudi du mois de novembre, un grand point d'interrogation s'impose pour le caviste Nicolas : « *Les commandes se font en juin. Donc là j'attends 700 bouteilles. Mais je n'ai aucune idée de ce qu'il va se passer.* » Et pour cause, la vente de ce vin de primeur s'avère déjà on ne peut plus imprévisible quelle que soit l'édition. « *La météo fait beaucoup. Si le jeudi en question il ne fait pas beau, je sais déjà que les clients vont être plus frileux. Alors là, avec le confinement...* » Un équilibre qui tient à peu de chose.



Trinquer au soleil entre amis ? Une situation qui n'arrivera pas cette année... (Photo archives Ph. A.)

Tous droits réservés à l'éditeur

nice-matin

www.nicematin.com
Pays : France
Dynamisme : 201

Visualiser l'article

Les cavistes à l'épreuve du coronavirus luttent encore pour ne pas couler

Ouverte il y a trois mois, La Cave d'Antibes veut voir le verre à moitié plein. Un état d'esprit partagé par bien de ses consœurs. Photo Patrice Lapoirie

In vino veritas. Tu nous excuseras Pline, mais ta locution s'avère on ne peut moins appropriée par les temps qui courent. Il n'y a qu'à interroger les cavistes d'Antibes pour faire face à un même sentiment: le flottement. "Et encore, on a de la chance, on peut ouvrir ", lance Xavier Dinet, ancien sommelier de l'Hôtel du Cap-Eden-Roc qui œuvre désormais en solo rue Dr-Rostan avec Flacons divins. Pour lui, comme pour ses consœurs et confrères, une même observation: "On fait au jour le jour." Carpe diem. Avec son lot de plus ou moins bonnes surprises: "Je travaille mieux ce mois de novembre que celui de 2019. Ma société est récente donc je suis censé être dans une phase ascendante mais au vu du contexte, ce n'était pas couru d'avance." Prévoir? Un mot qui fait lever bien des sourcils entre les cartons. "Il n'y a plus de règle en la matière", souffle Frédéric Pollard après avoir servi une habituée de Nicolas, rue de la République: "C'est incompréhensible. Je peux faire un bon mardi et un samedi en berne. Et il n'y a pas vraiment d'explication à cela." Du coup, pas le choix, il faut demeurer sur la brèche. Même si l'avenir semble des plus nébuleux. "Plus comme avant" Au milieu de ce brouillard ambiant, certains, comme Banu Demirezen de La Treille d'Or en profitent pour développer d'autres volets. Observant le soleil qui ne demande qu'à retrouver le fruit des vignes, la commerçante saisit son smartphone: "Je me consacre à la prise de photos pour nos réseaux sociaux. C'est devenu primordial d'y être actif." Lutter. Encore. Parce que baisser les bras reste impossible en levant le coude. "On voit que les gens regardent davantage à la dépense", souligne Bruno de Mille et une quilles boulevard Albert-Ier qui, après seize ans dans le monde du vin, observe clairement une tendance se dessiner: "Depuis la crise de 2008, on ne consomme plus comme avant. Rares sont les personnes qui optent pour plusieurs cartons, alors que c'était une normalité." Noël en avance? Un panier moyen qui baisse pour les consommateurs surveillant leurs dépenses comme le lait sur le feu. Désignant deux rosés à moins de dix euros, Banu Demirezen constate dans son établissement rue Lacan: "On me demande majoritairement cela. Des petits vins, des cubis." Pour autant, ce n'est pas le choix qui manque chez les pros d'Antibes. Grandes marques, vins vivants, biodynamie, A.O.C...: à chacun son marché, sa sensibilité, voire même son parti pris comme le souligne David Martin. L'ex-athlète olympique mise sur des bouteilles issues de l'agriculture raisonnée. Trois mois après l'ouverture de La Cave d'Antibes – au sein de l'ex-photo Jacques-Mer – il tient bon la barre avec son équipe. Même si, comme pour tous, la période demeure "difficile", il ne peut qu'entrevoir le futur en mode mi-figue mi-raisin: "On est à la fois confiants et inquiets." Il faut dire qu'à quelques jours du beaujolais nouveau (lire ci-dessous) et six semaines du réveillon de Noël, une course contre la montre se joue pour ces professionnels. "Cela va être ma troisième période de fêtes au sein de ma boutique et j'ai bien compris que les choses se jouent à la dernière minute", souligne Xavier Dinet qui se rappelle très bien du 24 décembre dernier: "Je fermais à 19 heures et j'avais encore des clients à 18h50. C'est le cadeau valeur sûre." D'autres, eux, optent pour inviter l'esprit de Noël plus tôt cette saison. "Habituellement c'est à la fin du mois que l'on met en avant les coffrets. Certaines personnes ont déjà pris les devants d'ailleurs et ont fait leurs achats", indique Frédéric Pollard entre les paquets savamment emballés. Qu'importe la stratégie, les cavistes en appellent à l'achat conscient. L'optimisme? Ils en ont. Du temps? Ça, c'est une autre question. Puisque survivre à côté des hypermarchés ressemble clairement à une course de fond. Une bouteille à la mer pour espérer se sauver de la mer à boire. Essentiels? Voici un joli débat bien clivant à inviter à la table du prochain – mais si lointain à la fois – repas de famille: "Dis Tatie Yvette, la liste des commerces "essentiels", ce n'est pas toujours claire non?" Si certains grincent des dents en voyant les fumeurs pouvoir répondre à leurs besoins de nicotine grâce aux rideaux levés des buralistes, d'autres peinent à comprendre pourquoi l'alcool est considéré comme un bien de première importance en ce second confinement. La raison? Il faut chercher du côté administratif. Les cavistes répondant

0rOZWITExogywDHvRJS0vwZkICzxWPue1OnWvVBnZ9egI0nxPVBIrpoh2bULs-e9hgol-JB3PWn1euX0ppUTd4wZjgw

Tous droits réservés à l'éditeur

nice-matin

www.nicematin.com
Pays : France
Dynamisme : 201

Visualiser l'article

de la Convention collective nationale du commerce de détail des fruits et légumes, épicerie et produits laitiers du 15 avril 1988, ils sont donc concernés par les mêmes mesures que leurs confrères primeurs par exemple. Trinquer au soleil entre amis ? Une situation qui n'arrivera pas cette année... Photo archives Ph. A. J-6 avant le drôle de Beaujolais nouveau S'en jeter un derrière la cravate ? Cette année, cela risque de se faire à la maison, en pantoufles.Exit les apéros entre collègues, la crise sanitaire balaie les traditions: votre beaujolais nouveau va se sentir un peu plus seul qu'à l'accoutumée... Difficile d'entrevoir une quelconque tendance pour Frédéric Pollard. A six jours du fameux troisième jeudi du mois de novembre, un grand point d'interrogation s'impose pour le caviste Nicolas: "Les commandes se font en juin. Donc là j'attends 700 bouteilles. Mais je n'ai aucune idée de ce qu'il va se passer." Et pour cause, la vente de ce vin de primeur s'avère déjà on ne peut plus imprévisible quelle que soit l'édition. "La météo fait beaucoup. Si le jeudi en question il ne fait pas beau, je sais déjà que les clients vont être plus frileux. Alors là, avec le confinement... " Un équilibre qui tient à peu de chose. Grands absents, les comités d'entreprise... Parce que les fêtes de fin d'année ne se résument pas uniquement à l'oncle Dédé et à votre beauf Jean-René, les cavistes voient clairement la source "pro" se tarir. "On travaille beaucoup avec les comités d'entreprise", souligne Banu Demirezen au sein de La Treille d'or: "Mais eux aussi ont des problématiques économiques. Donc les commandes ne seront pas du même acabit que l'an passé." Des grands absents qui eux aussi manquent à l'appel faute de célébrations dans le monde du travail.

Visuel indisponible

0rOZWITExogywDHvRJS0vwZkICzxWPue1OnWvVBnZ9egI0nxPVBIrpoh2bULs-e9hgol-JB3PWn1euX0ppUTd4wZjgw

Tous droits réservés à l'éditeur

l'union

Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 94689





Date : 18 novembre 2020
Page de l'article : p.15
Journaliste : AMÉLIE GIRARD ET GUILLAUME DECOURT

CHARLEVILLE-MÉZIÈRES

VRAI/FAUX

UN CONFINEMENT DIFFÉRENT SELON LES COMMERCES

CHARLEVILLE-MÉZIÈRES Qui est "essentiel" ? Qui ne l'est pas ? La question est un véritable casse-tête pour les clients qui souvent se perdent au milieu de ce schisme commerçant.



Dans la boutique Clopinette, certains clients ont fait des réserves avant le début du deuxième confinement alors que le commerce est toujours ouvert.

Tous droits réservés à l'éditeur

l'union

Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 94689

Date : 18 novembre 2020
Page de l'article : p.15
Journaliste : AMÉLIE GIRARD ET GUILLAUME DECOURT

L'ESSENTIEL

- **Le 28 octobre,** le président de la République annonce que tout le territoire est à nouveau soumis à un confinement, pour lutter contre l'épidémie de Covid-19.
- **Depuis le 30 octobre,** les commerces dits « non essentiels » sont contraints de baisser le rideau. Les autres, classés « essentiels », peuvent ouvrir.

AMÉLIE GIRARD ET GUILLAUME DECOURT

N°1
EN SUPERMARCHÉ, JE NE PEUX PLUS ACHETER DE VÊTEMENTS

FAUX Devant la fronde des petits commerces, le gouvernement rectifie le tir quelques jours après l'annonce du reconfinement : la vente de produits « non-essentiels » est interdite dans les supermarchés. Mais les articles de puériculture, y compris les habits pour les bébés, peuvent toujours être vendus. Les sous-vêtements, non. Pourtant, au Carrefour de la Croisette, ces rayons n'ont été rubalisés que dernièrement. « *On fait ce qu'on nous dit de faire, mais on n'y comprend rien* », admettent deux salariées. Ça tombe bien, les clients non plus.

N°2
LES BOUTIQUES DE CIGARETTES ÉLECTRONIQUES SONT OUVERTES

VRAI Au même titre que les buralistes, les magasins spécialisés dans les articles de cigarettes électroniques restent ouverts. « *Pendant le premier confinement, j'ai fermé la première semaine puis j'ai rouvert car, en fait, j'y étais autorisé...* », explique Olivier Crapet, gérant de Vapeur de Rimbaud. « *Avant le second confinement, des clients ont fait des stocks,* poursuit Mylène Pierard de la boutique Clopinette. *On a été dévalisé alors qu'on rassurait les clients en leur disant qu'on allait rester ouvert.* »

Tous droits réservés à l'éditeur

l'union

Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 94689

Date : 18 novembre 2020
Page de l'article : p.15
Journaliste : AMÉLIE GIRARD ET GUILLAUME DECOURT

N°3
LES LIVRES ESSENTIELS, PAS L'ALCOOL

FAUX. C'est même l'inverse. Rue de la République, quand la librairie Rimbaud doit se résoudre au *click and collect*, le caviste Nicolas, lui, est ouvert. Techniquement, « *nous sommes un commerce alimentaire en magasin spécialisé* », indique la gérante. Qu'importe que ce soit du vin. Si l'ouverture des caves peut sembler être une surprise, ça ne l'est pas pour les principaux intéressés. « *On était déjà ouvert lors du premier confinement*, rappelle-t-elle. *Mais bon, y'a moins de gens dans les rues, donc ce n'est pas simple pour nous non plus.* » Malgré le reconfinement, les Ardennais ne noient pas leur morosité dans l'alcool ?

N°4
PRESSINGS, CORDONNIERS, MERCERIES SONT ESSENTIELS

VRAI Les clients ne le savent peut-être pas, mais les pressings, comme les merceries, sont des commerces essentiels. « *J'ai mis des affichettes en vitrine, certains pensent qu'on est fermé. On essaie de prévenir nos clients qu'on est ouvert, même si on a réduit un peu nos horaires d'ouverture* », précise Jean-Yves Suitte, gérant du Pressing Ducal. Rue Bourbon, la cordonnerie aussi reste ouverte, bien qu'elle n'ouvre que deux jours par semaine, faute d'une activité débordante.

Tous droits réservés à l'éditeur

Vin & Cie

www.berthomeau.com
Pays : France
Dynamisme : 0

Visualiser l'article

Journal d'1 flâneur confiné (19) : PUER ! - Le blog de JACQUES BERTHOMEAU

Alors là, tel **le commissaire Bourrel** dans les **5 dernières minutes** je m'écriais « *Bon Dieu ! Mais c'est… Bien sûr !* »

Le coupable c'est moi.

Mon appellation incontrôlée **les vins nu qui puent,** qui se voulait pure dérision, me revient en pleine poire, m'est reprochée car elle entacherait la virginité des vins nu (entre nous soi dit c'est un étrange changement de pieds), me taxerait de ne pas savoir séparer le bon grain de l'ivraie, m'obligerait à me couvrir la tête de cendres, me contraindrait d'aller à Canossa en robe de bure, pieds nus, m'incliner devant le Pape des vins nu (je ne le connais pas) et son Saint Office (là je connais beaucoup de membres), confesser mon péché mortel, sans doute risquer l'excommunication, le bannissement me privant d'adhérer au syndicat des vins naturels, le début de la fin, quoi...

Je dois donc à mon illustre dégustateur une explication : mon appellation **les vins nu qui puent**, n'était à la fois qu'une pierre jetée dans le jardin de ceux qui les conspuent, mais aussi ma façon de faire **un pied-de-nez** à ceux qui en ont fait leur credo, les idéologues des vins bien comme il faut, dont certains sont des ralliés de la 25e heure au bio et à la biodynamie – qui ne concerne que la vigne, mais dont l'amalgame avec le vin nature est fort commode – en effet que n'ai-je lu sur *le parfum de purin, les fragrances d'écurie, les pestilences de vinaigrerie*…

Elle n'est en rien l'expression de l'idéologie dans laquelle je me baignerais, je me complairais, me vautrerais, mais, à la manière du célèbre « **bio-cons** » du **maître Bettane**, une façon d'entrer, moi le géniteur des Vins de France, espace de liberté, dans la légende des vins nu.

Je me suis planté !

Chacun est libre de ses choix, sur mon espace de liberté je n'exprime rien d'autre que mon goût pour le vin, un vin au plus près de sa définition légale, la militance n'a jamais été ma tasse de thé, je me suis contenté, dans ma vie publique, d'une fidélité à des idées, ce n'est pas aujourd'hui que je vais m'engager sous des bannières portées par des moinillons pourvus d'œillères, la grand cohorte des « *si tu n'es pas avec moi, tu es contre moi* », le troupeau des profiteurs du fonds de commerce vin nu, ils me gonflent tout autant que, celles et ceux, qui m'excommunient pour mes déviances viniques.

Tous droits réservés à l'éditeur

Ce n'est pas moi qui vais vilipender **les vins de Nicolas**, pensez-donc, dans ma vie j'ai embouteillé du **Vieux Papes, du Préfontaines**..., en litre étoilé syndical, que je livrais aux petits épiciers parisiens, certains en gardent encore les stigmates sur leur vitrine, je livrais aussi, comme Nicolas, des GCC de notre filiale des Chartrons : **Cruse**, nous avons même à la SVF été des défricheurs de la GD : ha, le **Carrefour de Ponteau-Combault**, en résumé je suis marqué par le péché originel : avoir vendu du vin popu... J'ai bien connu **Pierre Castel**, **Joseph Helfrich**, **Jean-Claude Boisset**, les parrains du vin, un temps je fus dans les petits papiers du grand Gégé de Narbonne avant qu'il ne fâcha, bref, je ne suis pas un perdreau de l'année mais plutôt un vieux cheval de retour.

Je n'ai rien à cacher mais aussi rien à conseiller, mon passé vendéen me fait fuir comme la peste les prosélytes, les prêcheurs, les détenteurs de vérités révélés…

Un souvenir pour l'illustrer l'amour que me portent les bien-pensants, lorsque mon fichu rapport devint, comme on le dit maintenant, viral sur l'Internet naissant (il avait mis en ligne par le conseiller technique de Glavany, le dénommé Vinçon, un groupe genre LPV déclara : **comment un type qui a vendu du Vieux Papes pourrait-il être crédible ?** C'était il y a 20 ans, c'était déjà bonjour l'ambiance de convivialité dans le monde du vin.

C'est écrit, j'ai placé mes mots là où il le faut, ça m'a valu en son temps de me faire mettre au placard par les maîtres de la vigne France, encore un Jacques, ce fichu prénom me poursuit, je n'en tire aucune gloire, me contentant de batifoler sur mon espace de liberté où je ne pratique pas la monoculture du vin, ça m'évite à mon grand âge de radoter, de ratiociner, de passer mon temps sur Twitter à étriper mes adversaires ou à lire les leçons de certains naturistes sur Face de Bouc.

Tous droits réservés à l'éditeur

L'Ardennais

Date : 17/11/2020
Heure : 19:48:49
Journaliste : Amélie Girard/Guillaume Decourt

www.lardennais.fr
Pays : France
Dynamisme : 119

Visualiser l'article

Charleville-Mézières: un confinement différent selon les commerces

Qui est « essentiel »? Qui ne l'est pas ? La question est un véritable casse-tête pour les clients qui souvent se perdent au milieu de ce schisme commerçant.

Le 28 octobre, le président de la République annonce que tout le territoire est à nouveau soumis à un confinement, pour lutter contre l'épidémie de Covid-19. Depuis le 30 octobre, les commerces dits « non essentiels » sont contraints de baisser le rideau. Les autres, classés « essentiels », peuvent ouvrir.

1) En supermarché, je ne peux plus acheter de vêtements : faux

Devant la fronde des petits commerces, le gouvernement rectifie le tir quelques jours après l'annonce du reconfinement : la vente de produits « non-essentiels » est interdite dans les supermarchés. Mais les articles de puériculture, y compris les habits pour les bébés, peuvent toujours être vendus. Les sous-vêtements, non. Pourtant, au Carrefour de la Croisette, ces rayons n'ont été rubalisés que dernièrement. « On fait ce qu'on nous dit de faire, mais on n'y comprend rien », admettent deux salariées. Ça tombe bien, les clients non plus.

2) Les boutiques de cigarettes électroniques sont ouvertes : vrai

Au même titre que les buralistes, les magasins spécialisés dans les articles de cigarettes électroniques restent ouverts. « Pendant le premier confinement, j'ai fermé la première semaine puis j'ai rouvert car, en fait, j'y étais autorisé... », explique Olivier Crapet, gérant de Vapeur de Rimbaud. « Avant le second confinement, des clients ont fait des stocks, poursuit Mylène Pierard de la boutique Clopinette. On a été dévalisé alors qu'on rassurait les clients en leur disant qu'on allait rester ouvert. »

3) Les livres essentiels, pas l'alcool : faux

C'est même l'inverse. Rue de la République, quand la librairie Rimbaud doit se résoudre au click and collect, le caviste Nicolas, lui, est ouvert. Techniquement, « nous sommes un commerce alimentaire en magasin spécialisé », indique la gérante. Qu'importe que ce soit du vin. Si l'ouverture des caves peut sembler être une surprise, ça ne l'est pas pour les principaux intéressés. « On était déjà ouvert lors du premier confinement, rappelle-t-elle. Mais bon, y'a moins de gens dans les rues, donc ce n'est pas simple pour nous non plus. » Malgré le reconfinement, les Ardennais ne noient pas leur morosité dans l'alcool ?

4) Pressings, cordonniers, merceries sont essentiels : vrai

Les clients ne le savent peut-être pas, mais les pressings, comme les merceries, sont des commerces essentiels. « J'ai mis des affichettes en vitrine, certains pensent qu'on est fermé. On essaie de prévenir nos clients qu'on est ouvert, même si on a réduit un peu nos horaires d'ouverture », précise Jean-Yves Suitte, gérant du Pressing Ducal. Rue Bourbon, la cordonnerie aussi reste ouverte, bien qu'elle n'ouvre que deux jours par semaine, faute d'une activité débordante.

0g7JJaAabpuWiPGiyRkksyCGo4UzffDdmopSulbUe5qqDN_Plv8P1d6g9S-XBsrqJRN-fYWLkyDlLnnCwpcEKyQZTVj

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



0g7JJaAabpuWiPGiyRkksyCGo4UzffDdmopSulbUe5qqDN_Plv8P1d6g9S-XBsrqJRN-fYWLkyDILnnCwpcEKyQZTVj

Tous droits réservés à l'éditeur

L'Auvergnat de Paris
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.6-9
Journaliste : JEAN-MICHEL DÉHAIS



BIÈRE ARTISANALE

Paris terre brassicole

En cinq ans, des marques de craft beers brassées localement se sont imposées en Île-de-France. Cafés et restaurants se sont emparés de cet engouement pour diversifier leur offre de bières. Ce marché en voie de structuration devrait rapidement permettre à quelques-uns de ces nouveaux brasseurs de se détacher et d'occuper une position de force.

Le Rigal de la bière 2020 qui référence 1 710 brasseries en France compte 23 acteurs sur la capitale et près d'une centaine en Île-de-France. L'essor général du marché des *craft beers* n'a pas épargné la capitale. En cinq ans, de nombreuses marques ont connu un développement soutenu et les volumes produits ne sont plus marginaux. Il faut, bien sûr, mentionner les pionniers comme O'Neil ou Frogs qui ont développé depuis près de trente ans des microbrasseries destinées à alimenter les bars auxquels elles étaient accolées. Mais pour écouler sa production, la nouvelle génération mise sur le réseau CHR, les cavistes, mais aussi la grande distribution, revenant ainsi à un pur métier de brasseur. Aujourd'hui, une dizaine de noms ont émergé affichant une production supérieure à 5 000 hl par an. D'autres investissent pour rejoindre ce peloton.

Certains, enfin, préfèrent conserver une dimension plus artisanale et locale. Mais globalement, le marché se structure et investit dans des installations plus vastes et modernes. En raison du prix de l'immobilier, certains quittent Paris pour s'installer à l'est, dans les secteurs de Pantin (Seine-Saint-Denis) ou de Sucy-en-Brie (Val-de-Marne) actuellement très prisés. La concentration a déjà commencé avec d'abord une prise de participation signi-

ficative de Heineken dans Gallia. Ce partenariat va permettre à cette jeune entreprise de franchir un pas décisif. On a aussi pu, cet été, voir le rachat de Parisis, acteur très orienté vers la grande distribution, par Mélusine un brasseur vendéen.

Ce marché des *craft beers* présente un double défi pour les entreprises, car elles doivent d'un côté gagner des parts de marché en volumes, mais aussi asseoir une réputation. Pas question pour elles de se contenter de proposer quelques bières passe-partout qui répondent à 90 % de la demande du marché. Les nouvelles brasseries doivent maintenir leur réputation en proposant des produits très pointus : Sour (bière acide), fermentations en barriques, assemblages. Les *beer geeks* (grands amateurs de bières) qui sont aussi d'influents prescripteurs, se montrent en effet très friands de ces produits et jugent aussi une brasserie par sa capacité à innover. Ajoutons enfin que ces bières très spéciales sont aussi beaucoup mieux valorisées.

JEAN-MICHEL DÉHAIS

Tous droits réservés à l'éditeur

L'Auvergnat de Paris
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.6-9
Journaliste : JEAN-MICHEL DÉHAIS



Guillaume Delplanque et Fred le directeur du pub.



Guillaume Roy, un des deux fondateurs.



Julien Baron (à gauche), agriculteur et brasseur.

PANAME BREWERING COMPANY

Née sur le quai de Loire

Créée en 2015 sur le quai de la Loire, à Paris 19e, sous la forme d'un bar alimenté par une micro brasserie, Paname brewering company produisait 6 000 hl en 2019. En 2018, une autre brasserie a vu le jour dans la Cité fertile de Pantin. D'une capacité de production de 10 000 hl, elle répond à l'accroissement de la demande par l'investissement de 2 M€ dans cet outil. Mickaël Kennedy, un Australien, est à l'origine du projet avec trois associés. L'entreprise enregistre depuis cinq ans une croissance annuelle de 40 à 50 % de son CA. « *La notoriété de l'établissement du canal a rapidement boosté la demande* », indique Guillaume Delplanque, directeur commercial. Cette année, malgré la crise, la bière qui affiche le logo du pont levant du canal devrait stabiliser ses ventes au niveau de l'année passée. Elle emploie 8 personnes en production-vente et entre 20 et 50 employés dans la brasserie selon les saisons. En dehors du bar du quai de la Loire, la brasserie écoule ses produits sur le réseau CHR et les cavistes. Elle compte parmi ses distributeurs parisiens GDB, Milliet, Rouquette et Tafanel. PBC décline dix bières permanentes aux noms évocateurs : Surin, Casque d'or, un singe en hiver, mais elle se caractérise aussi par une importante créativité avec 8 recettes saisonnières et 5 spéciales.

www.panamebrewingcompany.com
14, avenue Édouard-Vaillant, 93500 Pantin
Tél. : 01 40 36 43 55

GALLIA

Une marque du XIXe siècle

Gallia, créée en 1890 dans le 14e arrondissement, a culminé à une production de 150 000 hl dans les années 1930, avant de péricliter dans les années 1970. En 2009, Guillaume Roy et Jacques Ferté ont relancé la marque. Ensuite Gallia a décollé à partir de 2015, portée par l'essor des *craft beers*. Aujourd'hui installée à Pantin, la brasserie, flanquée d'un bar, produit près de 10 000 hl/an. Le succès de l'entreprise a attiré l'attention de Heineken France qui a pris en août 2019 une participation minoritaire significative. Ce coup de pouce permet à l'entreprise de distribuer de la bière pression en *growler* dans les Monoprix. Mais surtout, elle bénéficiera en mai 2021 d'une brasserie flambant neuf à Sucy-en-Brie (Val-de-Marne). Cet outil offrira une capacité de 40 000 hl/an. Guillaume Roy reconnaît que l'entreprise se consacrait essentiellement à ses 6 bières vedettes, qui représentent 90 % de ses ventes. Depuis le partenariat avec Heineken, au contraire, Gallia est davantage revenue à l'innovation avec près de 25 bières dans son catalogue dont plusieurs sours, des brassins vieillis en barriques, voire en amphores comme la Nelson M'Amphore et ses 12,2 °. « *Notre objectif*, détaille Guillaume Roy, *c'est de produire une bière française d'avant-garde qui ne déparerait pas dans un bar de New York.* »

www.galliaparis.com
35, rue Méhul, 93500 Pantin
Tél. : 01 57 14 56 72

LA BRASSERIE D'ORVILLE

Produite avec l'orge de la ferme

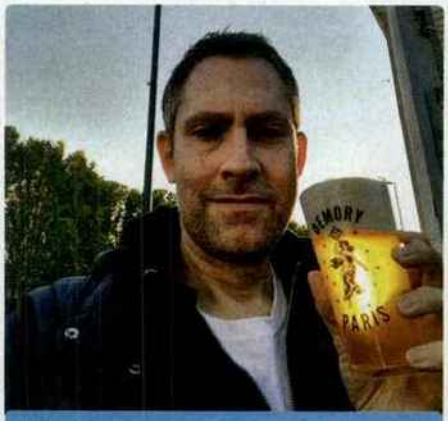
Lors du dernier salon Planète Bière, à Paris, la Brasserie d'Orville revendiquait le titre de plus petit exposant de l'événement. Avec un production annuelle de 1 000 hl, la brasserie des frères Julien et Thibault Baron reste en effet modeste, mais elle n'est opérationnelle que depuis 1999. Sa spécificité réside dans sa production au sein de la ferme familiale de Louvre, au bord des pistes de l'aéroport de Roissy, où les deux frères cultivent de l'orge qu'ils font ensuite malter à Issoudun. La Brasserie d'Orville n'est pas la seule bière francilienne à être produite dans une exploitation agricole, car la Brasserie du Vexin (Val-d'Oise) s'est positionnée depuis un quart de siècle sur ce créneau locavore. Néanmoins Julien Baron estime adopter une démarche plus originale : ses brassins sont plus innovants, ils dépassent la trilogie blonde-ambrée-blanche. Outre son produit phare, la White Lager, la ferme brasserie décline des bières originales telles que la Black Betty, une stout intégrant du lactose et du lait de coco, ou encore des saisons et une bière vieillie en fûts. Avant de reprendre l'exploitation agricole de ses parents en 2015, Julien travaillait dans le commerce. Son frère et lui restent avant tout des brasseurs qui puisent dans leur ferme les 50 t d'orge nécessaires au brassage.

www.brasseriedorville.com
29, rue de Paris, 95380 Louvres
Tél. : 01 85 52 11 11

Tous droits réservés à l'éditeur

L'Auvergnat de Paris
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.6-9
Journaliste : JEAN-MICHEL DÉHAIS



Kai Lorch.



Antoine Gautier, dirigeant de la Brasserie de la Goutte d'or.


Tristan de La Fonchais et Benjamin Gauffre.

DEMORY

Une grande blonde

En 2009, Kai Lorch, jeune Munichois, abandonnait un emploi enviable dans l'horlogerie suisse pour faire renaître la Brasserie Demory créée en 1827, rue Broca (Paris 5e), mais depuis longtemps disparue. Le jeune entrepreneur a déposé la marque avant de faire brasser sa bière en Allemagne. En 2016, la croissance progressive des ventes lui permet de créer une brasserie sur 1 000 m² à Bobigny. D'une capacité de 7 000 hl/an, celle-ci arrive déjà à saturation et Kai Lorch réfléchit à un ajout de cuves et à une modernisation qui permettrait de tripler à terme sa production. Après des années de développement soutenu, 2020 a représenté un cap difficile à franchir pour cette brasserie très orientée vers le CHR (80 % de ventes en fûts) et qui détient elle-même trois points de ventes dont deux à Paris. Celui accolé à l'unité de production n'a pas ouvert en 2020. Toutefois, Kai Loch bénéficie de belles opportunités de développement, notamment grâce à un contrat de distribution signé à la fin 2019 avec House of beers (Carlsberg) qui devrait lui permettre de rayonner plus largement. Il prévoit aussi de concentrer sa gamme avec 7 références permanentes contre 12 actuellement. L'Astroblonde devrait disparaître au profit de la Paris Pale Ale dont les ventes pourraient à terme représenter 50 %. L'objectif est de voir la gamme permanente assurer 90 % des ventes. Le solde serait assuré par des créations éphémères.

www.demoryparis.com
1, rue de Paris, 93000 Bobigny
Tél : 06 59 45 18 98

BRASSERIE DE LA GOUTTE D'OR

Place à la créativité

En 2012, la Brasserie de la Goutte d'or figurait parmi les pionnières à Paris, en matière de *craft beer*. Thierry Roche, son créateur, souhaitait inscrire sa bière dans la mixité sociale et culturelle locale. C'est la raison pour laquelle les bouteilles portent les noms des rues de ce quartier du 18e arrondissement. Certaines recettes contiennent des épices exotiques, voire des fruits. D'autres sont réalisées avec des artisans locaux, comme le boulanger. En 2018, Antoine Gautier, associé au projet depuis le début de l'aventure, a repris les rênes de la brasserie et a conduit une stratégie de développement différente. À l'étroit dans ses 210 m² parisiens, il restait limité à une capacité de production de 1 000 hl/an. Pour pouvoir franchir un cap, il a externalisé la fabrication de ses cinq recettes permanentes (Château Rouge, Myrha, Ernestine, Petite Pigalle, Chapelle) à la brasserie belge, Anders. Il espère pouvoir à moyen terme trouver un second local à l'extérieur de Paris, afin de rapatrier cette production. En revanche, il consacre son local parisien au brassage des bières du moment (une vingtaine) où la Brasserie de la Goutte d'or exprime toute sa créativité. Près de 45 fûts de chêne permettent ainsi de faire fermenter ou d'affiner les brassins innovants à l'image d'Eden, une bière créée en association avec les Vergers de la Silve à base de bière de sarrasin et de vin de pomme et affinée en fûts de Calvados sur lies de poiré de Clermont-Ferrand...

www.brasserielagouttedor.com
28, rue de la Goutte-d'Or, 75018 Paris
Tél. : 09 80 64 23 51

BRASSERIE DE LA PETITE COURONNE

Cap à l'ouest

La Brasserie de la Petite Couronne, installée à Colombes, a réalisé son premier brassin en 2018. Benjamin Gauffre *(à droite sur la photo)*, son créateur, a convaincu de nombreux chefs tels que Michel Rostang ou Guillaume Sanchez de mettre ses bières à leur carte. Il s'est bien inséré dans le tissu local en devenant sponsor du Rugby Club de Suresnes. Limité par une capacité à 1 000 hl/an, il projette de partager dès le mois de mars les locaux de la Limonade de Paris, à Nanterre. Il effectuerait alors un nouvel investissement pour bénéficier d'une capacité de production de 6 000 hl/an. Il mise sur des produits simples, ingrédients locaux et une gamme limitée à 7 bières. Son référencement récent chez Nicolas, Leclerc ou Auchan, lui a permis de compenser l'effondrement des CHR. Toutefois, la crise a limité la valorisation de ses produits. *« Nous participions habituellement à des festivals où nous vendions la bière 15 € le litre contre 4,5 € le litre en grande distribution. »* La Petite Couronne brasse aussi à façon, la Mont-Valérien 92, une autre bière locale imaginée en hommage à la forteresse. Créée en 2018 par Tristan de La Fonchais *(à gauche sur la photo)*, un entrepreneur suresnois, cette marque a hissé depuis quelques mois ses trois couleurs (blonde, ambrée et blanche) et entend rayonner sur le département des Hauts-de-Seine où elle s'implante en douceur grâce à ses recettes qui, tout en restant classiques font preuve d'originalité.

www.petite-couronne.fr
Tél. : 01 47 84 50 71
www.bieremontvalerien.com

Tous droits réservés à l'éditeur

L'Auvergnat de Paris
Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.6-9
Journaliste : JEAN-MICHEL DÉHAIS



Archibald Tropres et Édouard Minart, les fondateurs.

BAPBAP

Une nouvelle unité

Créée en 2015 par Archibald Tropres et Édouard Minart, Bapbap est installée à Paris (11e) dans un immeuble de 1 800 m² sur 7 niveaux, sur lesquels sont répartis brassage, fermentation, administration, mise en bouteille et même un bar boutique, la maison Bapbap. L'entreprise a connu un succès rapide. Employant 22 personnes, elle atteignait déjà l'année passée un volume de ventes de 7 000 hl. Désormais à l'étroit, elle fait construire un nouvel outil de brassage d'une capacité de 10 000 hl/an à Sucy-en-Brie (Val-de-Marne). La nouvelle unité devrait brasser les 8 bières permanentes de la marque, conditionner les canettes et réaliser certains brassins pointus comme les doubles IPA. La maison mère à Paris devrait réaliser les bières éphémères qui sont renouvelées à un rythme mensuel. Bapbap consacre en effet des efforts à l'innovation. Elle a mis ainsi sur le marché trois bières bio. *« Avec les brassins permanents comme l'Original Vertigo (IPA), un best-seller,* explique Guilhem Touya, responsable de la communication, *nous nous efforçons de démocratiser la bière artisanale avec des prix abordables. »* En revanche, les créations éphémères telles que Berliner Weisse aux pêches blanches, sont plutôt destinées aux *beer geeks. « Nous tirons notre légitimité sur le marché de la craft de ces produits qui redonnent ses lettres de noblesse à la bière »*, indique Guilhem Touya.

www.bapbap.paris
79, rue Saint-Maur, 75011 Paris
Tél. : 01 77 17 52 97

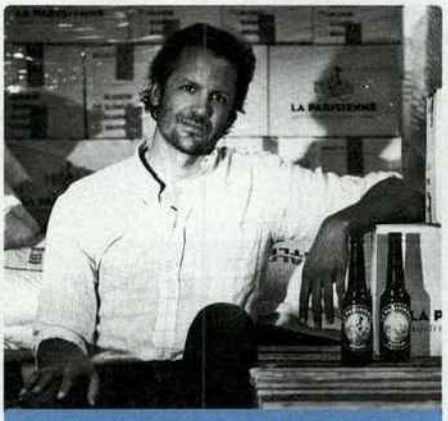

Thomas Deck, créateur de Deck & Donohue.

DECK & DONOHUE

Promesse de fraîcheur

Deck & Donohue est né en 2014 sous l'impulsion de Thomas Deck et de Mike Donohue. C'est désormais le premier qui dirige l'entreprise après le départ de son associé. Installée à Bonneuil (Val-de-Marne), l'entreprise produit entre 4 000 et 5 000 hl/an destinés à 80 % au réseau CHR. La marque est aussi présente chez les cavistes, épiceries et Monoprix. Grâce à un bouche-à-oreille favorable, elle compte parmi ses clients Alain Ducasse, Anne-Sophie Pic ou encore l'hôtel Crillon. La brasserie a mis en place un service de livraison autonome qui lui permet d'apporter des réponses rapides. Comme l'explique Thomas Deck, *« j'estime que la bière est d'abord une histoire de recettes avant d'être un reflet du terroir. C'est très différent du vigneron, puisque le brasseur achète ses ingrédients »*. La conception de la qualité de Deck & Donohue, c'est la certification biologique, mais aussi la volonté de servir un produit fraîchement brassé dont la DLUO en bouteille n'excède pas six mois. La gamme permanente décline 5 bières originales avec, par exemple notamment, la Mission Pale Ale aux arômes d'agrumes et d'ananas. Outre cette offre de base qui répond à 80 % de la demande, une vingtaine de bières éphémères voient le jour dans l'année (saisons, spéciales, ou vieillies en barriques). Les créations sont parfois encore plus pointues à l'image de la prochaine création, une bière au yaourt de Seine-et-Marne.

www.deck-donohue.com
1, avenue des Marronniers
94380 Bonneuil-sur-Marne – Tél. : 01 43 77 96 84



Jean-Barthélémy Chancel, fondateur de La Parisienne.

LA PARISIENNE

La bière version bio

La Parisienne a été créée par Jean Barthélémy Chancel, créateur de la maison de champagnes, Louis Barthélémy. La Brasserie a ouvert en 2013 dans un ancien garage Opel parisien, avant de déménager à Pantin, à proximité de la porte de la Villette trois ans plus tard. En 2018, il revend son matériel pour se doter d'une brasserie moderne, entièrement automatisée et capable de produire jusqu'à 25 000 hl/an. Il a investi 2 M€ pour garantir un niveau de qualité élevé, à la fois dans la régularité, mais aussi dans le caractère bio des recettes. La Parisienne bénéficie de 3 000 m de culture de houblon, répartie dans divers arrondissements parisiens. Elle produit 4 000 hl de bière/an et enregistrait jusqu'à cette année une croissance de 20 à 30 %/an. Mais la clientèle étant constituée à 80 % de CHR livrés par le biais de distributeurs, les ventes sont en repli de 15 % en 2020. Heureusement, le CA réalisé vers le réseau cavistes et épiceries a été multiplié par cinq, ce qui a limité le choc. La Parisienne mise d'abord sur cinq bières permanentes (blonde, rousse, brune, blanche et fruitée), mais Jean Barthélémy Chancel assure que les ventes de ses cuvées saisonnières et spéciales ne sont pas anecdotiques, grâce à une prescription adaptée. Ces innovations sont parfois très pointues, à l'image de la Paris Berlin qui a nécessité un achat de 4 000 € de framboises auprès du fournisseur de Guy Savoy. Le prix de revient par bouteille de ce seul fruit se situe donc à 1,43 €/bouteille.

www.brasserielaparisienne.com
29, rue Cartier-Bresson, 93500 Pantin
Tél. : 09 52 34 94 69

Tous droits réservés à l'éditeur



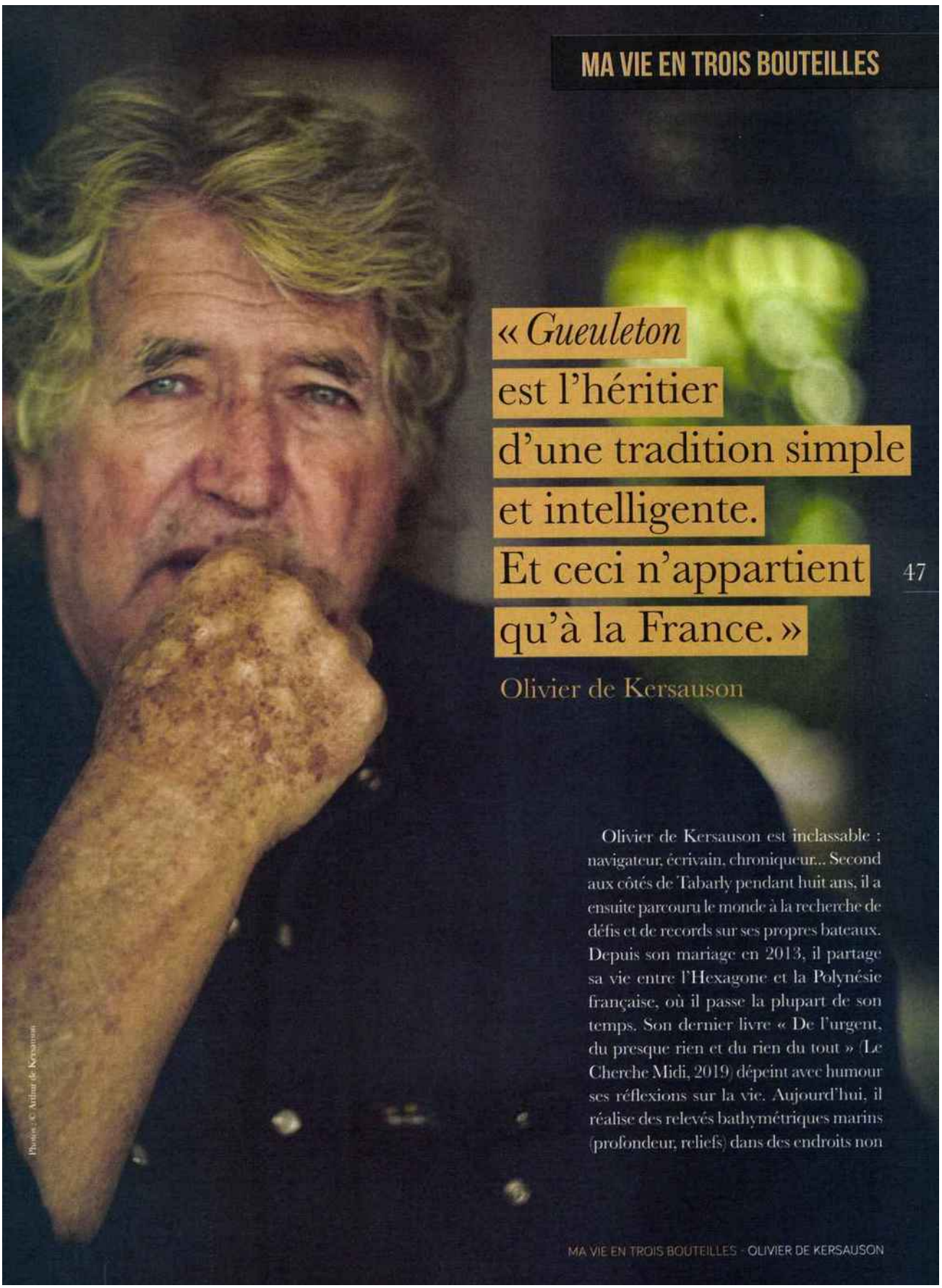
LA FERME D'ARCY



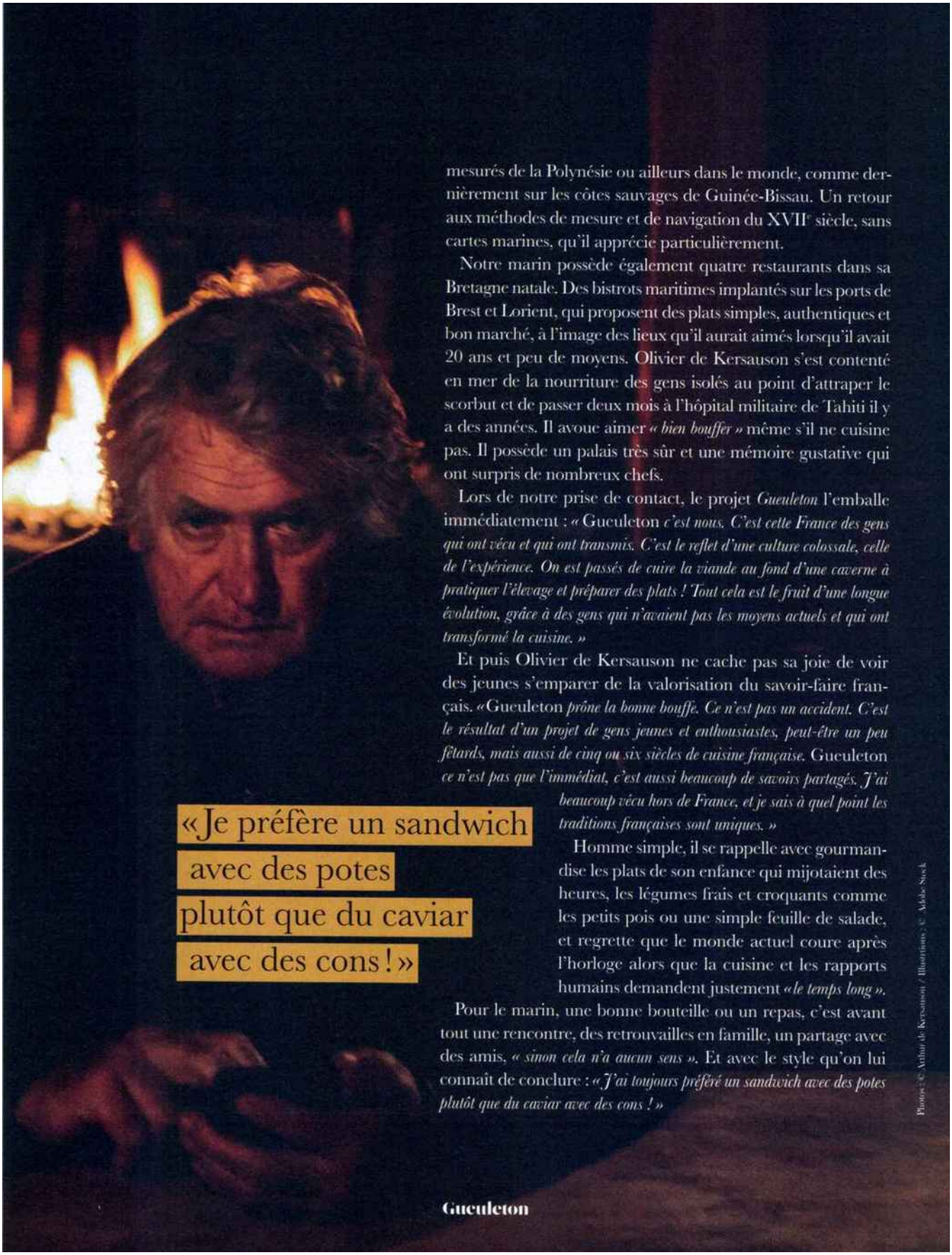
Bonjour, mon sujet de prédilection habituel est plutôt les véhicules d'incendie mais aujourd'hui, c'est à propos de l'histoire de mon village que je vous écris… J'ai repéré une petite erreur dans la première partie de l'article sur les vins Nicolas par dans le n°323 du mois de janvier à la page 40, à propos de la production de lait à la ferme d'Arcy. Arcy est un hameau de la commune de Chaumes-en-Brie (Seine-et-Marne), dans l'ancien canton de Tournan-en-Brie. Le lait était conduit à la gare de Chaumes-en-Brie (3 km) puis vers la gare de Verneuil-l'Étang (4 km) sur la ligne gare de l'Est Mulhouse—Bâle. Un ouvrage d'une association d'histoire locale reprend l'histoire de la ferme; on y voit également le matériel utilisé pour la livraison du lait. Louis Nicolas possédait par ailleurs une belle demeure au sein du village de Chaumes. Cordialement,

Sylvain Burel

Tous droits réservés à l'éditeur



Tous droits réservés à l'éditeur



mesurés de la Polynésie ou ailleurs dans le monde, comme dernièrement sur les côtes sauvages de Guinée-Bissau. Un retour aux méthodes de mesure et de navigation du XVIIe siècle, sans cartes marines, qu'il apprécie particulièrement.

Notre marin possède également quatre restaurants dans sa Bretagne natale. Des bistrots maritimes implantés sur les ports de Brest et Lorient, qui proposent des plats simples, authentiques et bon marché, à l'image des lieux qu'il aurait aimés lorsqu'il avait 20 ans et peu de moyens. Olivier de Kersauson s'est contenté en mer de la nourriture des gens isolés au point d'attraper le scorbut et de passer deux mois à l'hôpital militaire de Tahiti il y a des années. Il avoue aimer *« bien bouffer »* même s'il ne cuisine pas. Il possède un palais très sûr et une mémoire gustative qui ont surpris de nombreux chefs.

Lors de notre prise de contact, le projet *Gueuleton* l'emballe immédiatement : *«* Gueuleton *c'est nous. C'est cette France des gens qui ont vécu et qui ont transmis. C'est le reflet d'une culture colossale, celle de l'expérience. On est passés de cuire la viande au fond d'une caverne à pratiquer l'élevage et préparer des plats ! Tout cela est le fruit d'une longue évolution, grâce à des gens qui n'avaient pas les moyens actuels et qui ont transformé la cuisine. »*

Et puis Olivier de Kersauson ne cache pas sa joie de voir des jeunes s'emparer de la valorisation du savoir-faire français. *«* Gueuleton *prône la bonne bouffe. Ce n'est pas un accident. C'est le résultat d'un projet de gens jeunes et enthousiastes, peut-être un peu fêtards, mais aussi de cinq ou six siècles de cuisine française.* Gueuleton *ce n'est pas que l'immédiat, c'est aussi beaucoup de savoirs partagés. J'ai beaucoup vécu hors de France, et je sais à quel point les traditions françaises sont uniques. »*

«Je préfère un sandwich avec des potes plutôt que du caviar avec des cons !»

Homme simple, il se rappelle avec gourmandise les plats de son enfance qui mijotaient des heures, les légumes frais et croquants comme les petits pois ou une simple feuille de salade, et regrette que le monde actuel coure après l'horloge alors que la cuisine et les rapports humains demandent justement *«le temps long ».*

Pour le marin, une bonne bouteille ou un repas, c'est avant tout une rencontre, des retrouvailles en famille, un partage avec des amis, *« sinon cela n'a aucun sens ».* Et avec le style qu'on lui connaît de conclure : *« J'ai toujours préféré un sandwich avec des potes plutôt que du caviar avec des cons ! »*

Gueuleton

Photos : © Arthur de Kersauson / Illustrations : © Adobe Stock

Tous droits réservés à l'éditeur



Si on peut rendre service

Château Cheval Blanc 1928

« Avec Jean Castel* c'était aussi des bouteilles extraordinaires, hors normes, comme les vins des fameux "Dîners des grandes dernières". C'était des soirées organisées avec les fils du fondateur du groupe Nicolas pour ouvrir certaines bouteilles des stocks qui risquaient d'être passées ou madérisées. Tu parles. Je me souviens, entre autres, d'une caisse de Château Cheval Blanc 1928 *(saint-émilion grand cru, ndlr)*. Malgré les années, le vin avait conservé toute sa force et ses caractéristiques hors du commun. Une bouteille sublime. »

** Jean Castel, ancien rugbyman et roi des nuits parisiennes, a fondé le club privé-restaurant qui porte son nom dans le quartier Saint-Germain à Paris en 1962. Olivier de Kersauson et le Tout-Paris s'y sont pressés pendant près de cinquante ans. L'amitié entre les deux hommes s'est également construite autour de la passion de la mer. Le marin a notamment suivi les travaux du bateau de Jean Castel, dans le sud de la France. Ils se rendaient ensemble à Antibes, tous les deux mois, pour vérifier l'avancée du chantier. La route était jonchée d'escales gastronomiques, qui démarraient à Lyon chez Bocuse ou chez Troisgros à Roanne… Il est arrivé que le voyage dure plus d'une semaine !*



Trois bouteilles à la mer

Châteaux Latour, Cheval Blanc et Phélan-Ségur

« On présente souvent les navigateurs comme des fêtards capables de cuites monstrueuses, mais c'est un cliché infondé. Quand vous passez plusieurs mois en mer, lors des compétitions notamment, vous ne buvez pas une goutte d'alcool. Donc une fois de retour à terre, il suffit de trois verres pour vous faire passer pour quelqu'un qui titube dans la rue. Pour l'anecdote, sur un Trophée Jules-Verne, un tour du monde, je m'étais offert le luxe de prendre trois bouteilles pour en boire une à chaque cap traversé. Il y avait un Château Latour, un Cheval Blanc et un Phélan-Ségur. Finalement on n'a bu qu'une seule bouteille. L'air marin saoule déjà bien assez et nous avons laissé les grands crus de côté. »



Une verticale d'anthologie

Château Phélan-Ségur, de 1961à nos jours

« J'ai une nature qui a peu d'envies et facilement des plaisirs. Je sais parfaitement me réjouir quand c'est magnifique. J'ai 76 ans maintenant et j'ai eu l'occasion de croiser des bouteilles merveilleuses lors de moments uniques. Je me souviens de certains grands moments comme cette bouteille de Château Latour 1982 (pauillac premier grand cru classé), considérée comme l'année du siècle pour ce vin, bue avec le propriétaire du domaine. Autre souvenir d'exception : une invitation par la famille Gardinier, qui possédait le Château Phélan-Ségur (saint-estèphe), qui nous avait offert une dégustation « verticale » à partir de 1961. Autant vous dire que ce fut un véritable moment de recueillement ! Je me dis que j'ai eu beaucoup de chance de boire de telles bouteilles. Chacun a le vin qui lui va bien, pour moi c'est le Château Beychevelle (saint-julien). »

Tancrède de La Morinerie

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 360025





Date : Du 23 au 29 novembre 2020
Page de l'article : p.36-38
Journaliste : Nathalie Bezou et Olivia Delaunay

Spécial cadeaux Cuisine



Réconfortant

Retrouvez ces petits biscuits iconiques dans une jolie boîte festive, collection *Festive & Hiver, 12,99 € (1 kg), Delacre.*

Coffret saveur

Ce joli coffret cache une huile d'olive vierge extra d'Espagne et un vinaigre balsamique de Modène, *Le Coffret Bio, 19,90 €, Oliviers & Co.*



Surprise !

Assortiment de mini Kinder chocolat, Country, Bueno, Bueno blanc et de Schoko-bons ! *Happy Moments, 9,79 € (400 g), Kinder.*



Valeur sûre

Ce robot multi-fonctions râpe, émince, mixe, pétrit ! *Multipro Express, 140 à 180 €, by Kenwood (kenwood.fr).*



Plaisirs en cuisine

Par Nathalie Bezou et Olivia Delaunay



Irrésistibles

Ce coffret comprend 16 marrons glacés primeur 100 % ardéchoix fondants. À consommer dans les 15 jours, *Coffret Sativa, 22 € + 6 € de frais de port (210 g), Sabaton (sabaton.fr).*



Bulles stylées

Un assemblage traditionnel champenois (chardonnay, pinot noir, pinot meunier), ce champagne présenté dans son joli étui, est vif et frais, parfait à l'apéritif, *édition Wax, 29,90 €, Champagne Pommery.*

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 360025

Date : Du 23 au 29 novembre 2020
Page de l'article : p.36-38
Journaliste : Nathalie Bezou et Olivia Delaunay



Jungle en fête

Ces quatre jolis gobelets en verre, aux motifs dorés, donnent un air de fête aux tables ou deviennent de ravissantes verrines, *gobelets Jungle, 12,90 € (lot de 4), Carrefour.*

Douceurs à partager

Ce paquet contient un assortiment de 6 recettes de papillotes, de ganache et praliné au chocolat noir et lait pour tous les gourmands, *Maxi sachet collection noir & lait, 11,49 € (590 g), Revillon.*

Bestiaire mignon

Partagez un moment tout doux et dégustez boisson chaude ou froide avec ces mugs en faïence de 33 cl, *coffret 4 mugs en faïence, 12,90 €, Casino.*

Délicieux nectars

Des miels de France aux parfums et saveurs variées : Paris, acacia et châtaigner, à savourer sans modération, *coffret Grands Crus Miels de France, 19,90 € (3 x 40 g), Hédène.*

Édition festive

Une jolie marmite en fonte émaillée, en édition limitée qui mijotera avec douceur ! Marmite gamme Couronne enchantée, *édition limitée, 26 cm, 269 €, Le Creuset (lecreuset.fr).*

Coup de folie !

La boîte aux trésors

Cette boîte contient un coffret de 36 berlingots (épices, bouquet garni, herbes de Provence, mélanges…), 2 sachets de poivre sauvage en grains Voatsiperifery et Timur, et 1 étui de gousses de vanille Bourbon bio, *coffret de Noël Découvertes, 49,90 €, Max Daumin (maxdaumin.com).*

Originalité française

Ce gin made in France a une jolie robe rubis, onctueux, aux arômes de genièvre, pamplemousse rose, citron vert et poivre, *Generous Gin Purple, 41 € (70 cl), Ôdevie Creative Spirits (en vente chez Nicolas).*

Fine fleur

Récoltée à la main en Camargue, cette fleur de sel délicate est associée à de la truffe noire d'été séchée (1 %). De quoi magnifier un foie gras, des saint-jacques, une volaille… *Fleur de sel à la truffe, 9,80 € (125 g), Le Saulnier de Camargue.*

Tradition épicée

Cette jolie boîte étoilée abrite un thé de Noël aux épices, boîte *Thé de Noël, 22 €, Betjeman & Barton (betjemanandbarton.com/fr).*

Tous droits réservés à l'éditeur

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire
OJD : 360025

Date : Du 23 au 29 novembre 2020
Page de l'article : p.36-38
Journaliste : Nathalie Bezou et Olivia Delaunay



Vodka éthique

Non seulement cette vodka *organic* est française, mais son flacon est réalisé à partir de verre recyclé, *Le Philtre Vodka, 49 €, Le Petit Ballon (lepetitballon.com).*



Tea-time gourmand

Un généreux coffret composé d'une boîte de thé des Trésors, de sablés aux pépites de chocolat, de mini-calissons noisette, d'un mug en porcelaine, d'une cuillère doseuse et d'une boîte de filtre, *coffret thé des trésors, 53 €, Palais des thés (palaisdesthes.com).*

Mini-pro

Peu encombrant et performant, ce mini-blender à la capacité de 550 ml permet de préparer smoothie, houmous, pesto, glace pilée… Le plus ? Son bol se transforme en gobelet avec couvercle et s'emporte partout, *Mini-Blender Enfinigy, 89,95 €, Zwilling.*



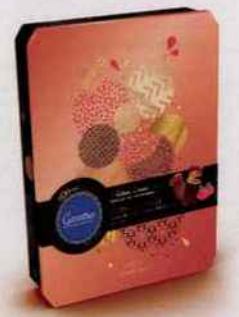


Gracieuses

Ces assiettes en céramique sont étudiées pour recueillir vos petits pains individuels, *assiettes à pain biches, 2,99 € (14 x 2 cm) la pièce, Monoprix.*

Croustillant

Quand la crêpe dentelle joue les belles pour Noël, c'est dans un coffret en édition limitée à la framboise enrobée de chocolat au lait, *coffret Champagne, 9,89 € (400 g), Gavottes.*







Coup de foudre !

Cadeaux solidaires

Faire plaisir en aidant des enfants vulnérables, c'est le but des cadeaux solidaires de l'Unicef. Notre coup de cœur, ces mugs colorés en porcelaine, pour bien démarrer la journée, *duo de mugs Ginkgo, 16 €, Unicef (unicef.fr/boutique).*



Crackers craquant

Au pied du sapin, ou à offrir aux invités, ce crackers est garni de confiture abricot & lavande, pâte à tartiner bio cacao & noix de coco, tapenade noire et nougats blancs pour la version rouge, *Crackers, 9,90 €, Maison Brémond 1830 (mb-1830.com).*

Plus de recettes sur maximag.fr/cuisine

Tous droits réservés à l'éditeur

www.lci.fr
Pays : France
Dynamisme : 81

Visualiser l'article

Les commerces devraient bientôt pouvoir rouvrir, mais à quelles conditions ?



Emmanuel Macron s'adressera une nouvelle fois aux Français, ce mardi à 20h. L'exécutif promet de donner de la visibilité sur le déconfinement, les futures vacances de Noël, la réouverture des bars et restaurants et celle des commerces.

C'est donc mardi à 20h qu'Emmanuel Macron doit de nouveau prendre la parole lors d'une allocution. Et il en a des choses à annoncer. Jean Castex a évoqué ce vendredi pour la première fois une date aux alentours du 1er décembre. Bercy a même finalisé un protocole sanitaire, et il est particulièrement strict.

Les commerces non-essentiels pourraient rouvrir dès la fin de la semaine prochaine. Mais pas dans n'importe quelle condition. Le protocole sanitaire sera plus strict dans les magasins. Jusqu'à présent, il devait y avoir un client maximum pour 4 m². C'est désormais, un client pour 8 m², deux fois moins de monde. Alors pour compenser, les commerçants pourraient être autorisés à rouvrir plus tard et le dimanche. Indispensable pour la gérante d'une petite boutique de jouets. "Ici, on a à peu près 20 à 25 m². Avec le nouveau protocole, on diminue par deux, trois notre capacité d'accueil. Et donc, notre chiffre d'affaires", a expliqué Anne Mangin, responsable des collections "Au nain bleu" à Paris, devant les caméras de TF1. Le calcul est encore plus vite fait chez Séverine, fleuriste "Vert et plus... " à Paris. Son magasin fait 8 m². "Finalement, il y aura un client dans le magasin et pas plus. Je pense que les gens, comme pour le premier déconfinement, attendront dehors", dit-elle.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Justement, lorsqu'on revoit les images du déconfinement au mois de mai, les Français étaient plutôt motivés. Mais cette fois, deux éléments ont changé. D'abord, la météo, et les courses de Noël. "En fait, de commander et d'être livré chez soi, c'est dix fois mieux que de faire la queue dehors", a réagi une passante. Alors c'est pour éviter ce genre de réaction que ce caviste a déjà réfléchi à des solutions pour retenir les clients. Pour Sébastien Dru, caviste "Nicolas" à Paris, "on va peut-être sortir de nos magasins ou peut-être de les conseiller en un premier temps à l'extérieur". Les trottoirs pourraient devenir les annexes des magasins. Ces règles s'appliqueront à tous les commerces, même ceux qui sont restés ouverts jusqu'à présent, boucherie, supermarché, pharmacie, qui vont devoir s'organiser.

Quant aux surfaces de plus de 400 m², elles auront l'obligation de contrôler à l'entrée que la jauge du nombre de personnes est respectée. Autre règle du protocole, une vitre en plexiglas devant les caisses. L'aération du magasin, là encore, tant pis pour les frileux. Dernière règle, gel hydroalcoolique obligatoire à l'entrée afin que les clients puissent toucher sans restriction les produits en magasin.

Tous droits réservés à l'éditeur

www.tf1.fr
Pays : France
Dynamisme : 71

Visualiser l'article

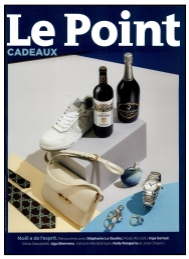
Les commerces devraient bientôt pouvoir rouvrir, mais à quelles conditions ?

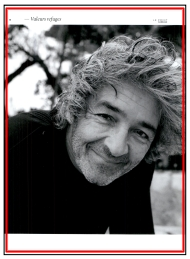
Vidéo : https://www.tf1.fr/tf1/jt-we/videos/les-commerces-devraient-bientot-pouvoir-rouvrir-mais-a-quelles-conditions-29324430.html

C'est donc mardi à 20h qu'Emmanuel Macron doit de nouveau prendre la parole lors d'une allocution. Et il en a des choses à annoncer. Jean Castex a évoqué ce vendredi pour la première fois une date aux alentours du 1er décembre. Bercy a même finalisé un protocole sanitaire, et il est particulièrement strict. Les commerces non-essentiels pourraient rouvrir dès la fin de la semaine prochaine. Mais pas dans n'importe quelle condition. Le protocole sanitaire sera plus strict dans les magasins. Jusqu'à présent, il devait y avoir un client maximum pour 4 m². C'est désormais, un client pour 8 m², deux fois moins de monde. Alors pour compenser, les commerçants pourraient être autorisés à rouvrir plus tard et le dimanche. Indispensable pour la gérante d'une petite boutique de jouets. "Ici, on a à peu près 20 à 25 m². Avec le nouveau protocole, on diminue par deux, trois notre capacité d'accueil. Et donc, notre chiffre d'affaires", a expliqué Anne Mangin, responsable des collections "Au nain bleu" à Paris, devant les caméras de TF1. Le calcul est encore plus vite fait chez Séverine, fleuriste "Vert et plus... " à Paris. Son magasin fait 8 m². "Finalement, il y aura un client dans le magasin et pas plus. Je pense que les gens, comme pour le premier déconfinement, attendront dehors", dit-elle. Justement, lorsqu'on revoit les images du déconfinement au mois de mai, les Français étaient plutôt motivés. Mais cette fois, deux éléments ont changé. D'abord, la météo, et les courses de Noël. "En fait, de commander et d'être livré chez soi, c'est dix fois mieux que de faire la queue dehors", a réagi une passante. Alors c'est pour éviter ce genre de réaction que ce caviste a déjà réfléchi à des solutions pour retenir les clients. Pour Sébastien Dru, caviste "Nicolas" à Paris, "on va peut-être sortir de nos magasins ou peut-être de les conseiller en un premier temps à l'extérieur". Les trottoirs pourraient devenir les annexes des magasins. Ces règles s'appliqueront à tous les commerces, même ceux qui sont restés ouverts jusqu'à présent, boucherie, supermarché, pharmacie, qui vont devoir s'organiser. Quant aux surfaces de plus de 400 m², elles auront l'obligation de contrôler à l'entrée que la jauge du nombre de personnes est respectée. Autre règle du protocole, une vitre en plexiglas devant les caisses. L'aération du magasin, là encore, tant pis pour les frileux. Dernière règle, gel hydroalcoolique obligatoire à l'entrée afin que les clients puissent toucher sans restriction les produits en magasin.

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

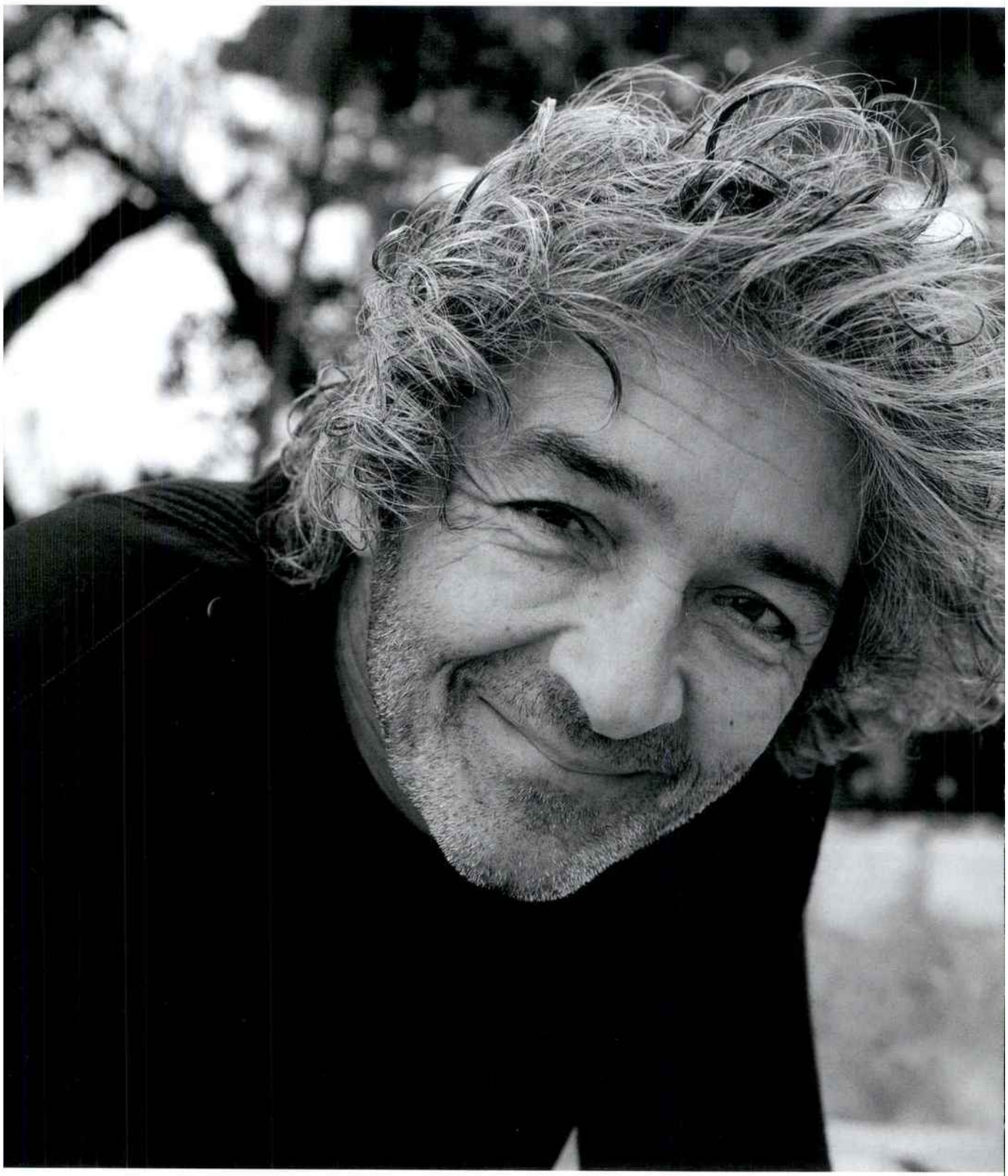




Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti

— *Valeurs refuges*

LE POINT CADEAUX



Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti



©Mario Sinistaj

Par / **Rudy Ricciotti**

Il a fait de l'architecture un sport de combat. L'auteur du MuCEM à Marseille ou du 19M de Chanel à Aubervilliers a donné au béton une dignité qui tranche avec son habituelle nudité. Un refus du minimalisme qui se traduit dans ses goûts littéraires, gastronomiques ou encore cinématographiques.

RUDY RICCIOTTI

Salué ou critiqué, cette figure populaire de l'architecture ne laisse personne indifférent, tout comme ses nombreuses réalisations et ses essais, insufflant un vent de polémique assumé. Pour lui, le classicisme ne saurait être figé ; sa constante est le mouvement même. Et si aller de l'avant était l'ultime valeur refuge ?

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti



1. FIGARET
cravate fine en soie à motif géométrique, **85 €**
www.figaret.com/fr/

2. PENHALIGON'S
eau de parfum Brilliantly British, **164 €** les 100 ml
www.penhaligons.com

3. DIOR
Rouge Dior, édition limitée collection Golden Nights, **43 €**
www.dior.com

4. GUCCI
sac à épaule Jackie 1961, réédition du modèle icône de la maison, en cuir et toile GG, **1600 €**
www.gucci.com

5. PIAGET
bracelet Piaget Possession en or rose 18 carats, serti de 72 diamants taille brillant et orné de 2 cabochons en cornaline, **15 500 €**
www.piaget.com

6. LE CLARENCE
bon cadeau sous forme de menu déjeuner ou dîner au restaurant, chef Christophe Pelé, 2 étoiles Michelin
www.le-clarence.secretbox.fr

Collants LE BOURGET



Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti

« *Dans la mesure où le classique résiste au temps et fait sens, il conserve en lui les sucs d'une éclatante jeunesse.* »

Rudy Ricciotti

Chanel lui a confié la réalisation du 19M, un écrin de béton blanc posé à Aubervilliers, aux portes de Paris, pour accueillir les métiers d'art (brodeurs, chapeliers, plumassiers...) auxquels font appel la maison de la rue Cambon et les grands noms du luxe. Le talent de l'architecte réside notamment dans sa capacité à donner une esthétique forte à cette matière empreinte d'une certaine nudité. Plus que le béton en lui-même, ce fils de maçon italien sublime le travail des ouvriers. «*J'aime le travail des sachants dans toutes les disciplines du béton ; et ils sont plus d'un million de travailleurs. Leurs savoir-faire mis bout à bout fabriquent une cohésion sociale utile à notre société. Le principe de la beauté est lié aux valeurs de l'effort et à la mémoire qui l'accompagne.* » Plus qu'esthétique, à ses yeux, le béton recouvre une dimension politique et environnementale grâce à un matériau conçu dans la proximité immédiate des constructions.

En plus des nombreux prix qui traduisent la reconnaissance de son travail par la profession, l'homme au caractère bien trempé peut aussi se prévaloir d'une réelle popularité auprès du grand public. Le MuCEM de Marseille et son élégante dentelle de béton ont déjà marqué les esprits. Les Nantais connaissent son travail grâce à la mezzanine de la gare qu'il a imaginée pour eux.

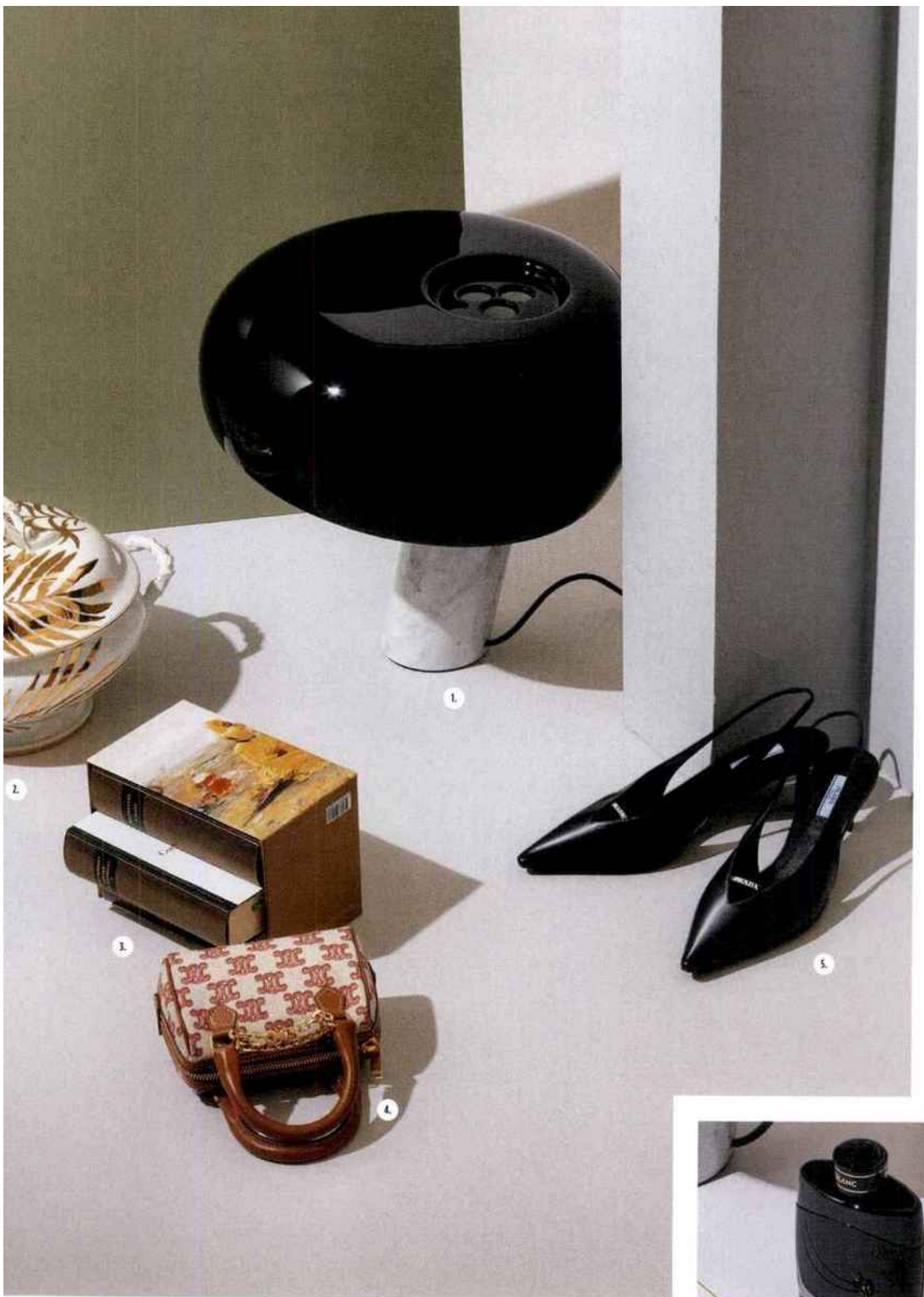
UNE AUTRE VISION DU MONDE

Difficile d'inscrire Rudy Ricciotti dans une case. Créatif comme l'exige sa profession, il sait aussi faire preuve d'ingéniosité pour réaliser ses projets, quitte à prendre des risques et transgresser les règles pour atteindre son objectif. Pamphlétaire comme il se définit lui-même, il n'hésite pas à partager son point de vue sur le monde, la société et l'esthétique. Exigeant et érudit, à 68 ans, il compte une trentaine d'ouvrages à sa bibliographie dans lesquels il dénonce, sans langue de bois, les travers consuméristes d'une certaine modernité tout comme la soumission au minimalisme anglo-saxon. «*Dans la mesure où le classique résiste au temps et fait sens, il conserve en lui les sucs d'une éclatante jeunesse.* »

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti





1. FLOS
lampe Snoopy, design Achille et Pier Giacomo Castiglioni, en marbre et métal, **1008 €**
www.flos.com

2. BAZAR D'ALGER
soupière ancienne en porcelaine de Limoges décorée au pinceau et à l'or par Arnold d'Alger, **450 €**
www.bazardalger.com

3. LA PLÉIADE
Guy de Maupassant, coffret 3 volumes, **198 €**, en librairie et Fnac, Cultura...

4. CELINE PAR HEDI SLIMANE
mini sac Boston, 100 % broderies triomphe, **1300 €**
www.celine.com

5. PRADA
paire d'escarpins, prix sur demande,
www.prada.com

6. MONTBLANC
eau de parfum Legend, **93 €** les 100 ml chez Sephora, Marionnaud, Nocibé, Galeries Lafayette, Printemps et parfumeries indépendantes.

7. LA MONNAIE DE PARIS
médailles et chaîne en or jaune 18 carats, à partir de **345 €** pour les modèles de médailles photographiés et **149 €** la chaîne,
www.monnaiedeparis.fr

8. POMELLATO
bague Victoria en or rose avec jais, **6000 €**
www.pomellato.com/fr

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti

Sensible à la beauté, Rudy Ricciotti n'hésite pas à dévoiler ce qui le touche. «*La Rome antique me fait pleurer. Je suis très attaché aux figures du romantisme mais également à celles du Moyen-Âge et à la peinture de Matthias Grünewald, en particulier le retable d'Issenheim, chef-d'œuvre absolu.*» L'architecte regrette les effets de la mondialisation à qui il reproche de produire un «*état spectaculaire de déchéance esthétique.*» De son côté, il trouve son inspiration dans la littérature italienne du XXe siècle qu'il affectionne tout particulièrement. Mais pour entrevoir ses goûts, il faut creuser encore. «*J'écoute beaucoup de rock et j'aime aussi Rodolphe Burger et en particulier le morceau Bleu Bac de son dernier album.*» Comme pour l'architecture, il n'hésite pas à afficher une certaine distance avec l'art contemporain, préférant revenir aux fondamentaux du travail manuel. «*Je pense aux céramistes Marc Alberghina ou Serena Carone.*» Au registre du cinéma, il semble presque logique de le savoir fidèle à Quentin Tarantino ou encore aux frères Coen. «*Ils partagent le refus des lieux communs, l'audace et réactivent le cinéma dans son rôle.*» Une tendance à la transgression qui pourrait aussi appartenir à Rudy Ricciotti.

LE LUXE D'UNE CERTAINE SIMPLICITÉ

Impossible d'évoquer l'homme sans aborder son profil d'épicurien et de gourmet avéré. «*Le lièvre à la broche est un classique de la gastronomie.*» Attaché à la qualité des produits dans son assiette, l'homme redoute les voyages et les missions qui le conduisent au bout du monde bien qu'il ait laissé une trace de son passage à Séoul, Liège ou encore Sao Paulo. Sollicité à l'étranger, il n'a pas l'ambition de vouloir construire sur toute la planète, préférant se consacrer aux projets qui l'accaparent en France, sur son territoire. D'ailleurs, parmi les beautés qu'il affectionne, difficile de ne pas mentionner Cassis, sa ville et son refuge. Dans sa demeure face à la mer, il savoure les heures qui passent entouré de sa compagne et de quelques proches, étrangers au monde de l'architecture pour la plupart. Amoureux des bonnes choses, il s'est offert les vignes de «*Gari*», un Châteauneuf-du-Pape. Dans cette aventure, il s'est associé à un autre génie, capable de casser les codes de la gastronomie, Pierre Gagnaire. Ainsi est né Gari avec le Ga de Gagnaire et le Ri de Ricciotti. «*Le dernier cadeau que j'ai offert ? Le dernier millésime de Gari !*» —

« *Je suis attaché à la peinture de Matthias Grünewald, en particulier le retable d'Issenheim, chef-d'œuvre absolu.* »

Rudy Ricciotti

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti



1. BOURRIENNE
chemise Romanesque, col français, coupe ajustée, poignets signatures, **190 €**
www.bourrienne.com

2. MIU MIU
sac Miu Belle en cuir matelassé, **2 200 €**, boutique Miu Miu, 1 rue du Faubourg Saint-Honoré, 75008 Paris.

3. WOODFORD RESERVE BACCARAT EDITION
whiskey Super Premium et flacon de cristal, **1 750 €**, coffret disponible à la Maison du Whisky, www.whisky.fr

4. BO CONCEPT
console Los Angeles avec rangement tiroir, plateau en verre fumé, **829 €**
www.boconcept.com

5. CASTERMAN
La Fièvre d'Urbicande, François Schuiten / Benoît Peeters, édition Couleur Luxe, tirage limité à 700 exemplaires numérotés et signés sous emboîtage, **165 €**
www.casterman.com

6. BRIONI
derbies Goodyear, **1 200 €**
brioni.com

7. MIKIMOTO
collection Les Pétales Place Vendôme, boucles d'oreilles, perles de culture Akoya, diamants et or blanc 18 carats et bague, perle de culture des mers du Sud, diamants et or blanc 18 carats, **7 700 €** et **11 200 €**, Mikimoto, 8 place Vendôme, 75001 Paris.

Body noir à manches longues, WOLFORD

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti



1. LABEYRIE Foie Gras de Canard Entier du Sud-Ouest Label Rouge en torchon, IGP Sud-Ouest, **39,50 €** les 260 g, en GMS. ◇ **2. WATCH CERTIFICATE BY TRADEE** véritable carte grise digitale infalsifiable avec QR code et blockchain, le Watch Certificate™ certifie l'authenticité de votre montre de collection, certifiée après 42 points de contrôle en atelier par un horloger professionnel agréé et validée par un expert indépendant, à partir de **99 €** www.watchcertificate.com ◇
3. CHÂTEAU GRAND CORBIN Saint-Émilion Grand Cru Classé 2016, **33 €** www.wineandco.com ◇
4. CHAMPAGNE VRANKEN Diamant Blanc de Blancs, **60 €** au domaine Vranken-Pommery

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti



5.

« Le caractère figé du classicisme n'existe pas, sa constante est le mouvement même. »

Rudy Ricciotti



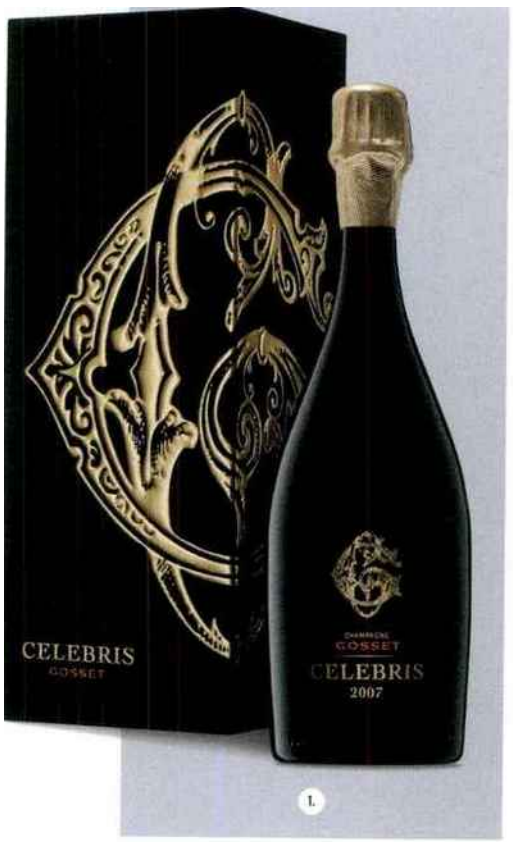
6.

5. BLANCPAIN montre Villeret ultraplate, or rouge 18 carats, 100 heures de réserve de marche, **16 270 €**, boutique Blancpain, 20 place Vendôme, 75001 Paris. ◇ **6. FENDI X CHAOS** mini sac coque de téléphone en cuir et métal doré, **890 €** www.fendi.com

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti











1. GOSSET cuvée Celebris 2007 extra brut, **140 €** chez tous les bons cavistes et en vente directe au 03 26 56 99 56. ◇ **2. LOUIS ROEDERER** cuvée Cristal 2012, **200 €** chez Nicolas, Lavinia, La Grande Épicerie, Millésima... ◇ **3. BARON DE BRANE** Margaux 2016, second vin du Château Brane-Cantenac, **36,60 €** chez Lavinia, 3-5 boulevard de la Madeleine, 75001 Paris. ◇ **4. JAEGER-LECOULTRE** montre Reverso One, cadran laqué et guilloché, boîtier en acier inoxydable, 27 diamants, 0,3 carat, **5 550 €** www.jaeger-lecoultre.com ◇ **5. RALPH LAUREN HOME** verres à vin, à champagne et à Martini, **110 €** pièce www.ralphlauren.fr

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti



1 G.H.MUMM cuvée d'exception Mumm Cordon Rouge Vinothèque 1961, en vente pour la fin d'année à la boutique de Reims en format magnum, **1400 €** www.mumm.com ◇ **2. BURBERRY** imperméable en nylon recyclé, **1580 €** www.galerieslafayette.com ◇ **3. MARCH LAB** modèle Lady Mansart Electrique, mouvement quartz, bracelet cuir, **790 €** www.march-lab.com ◇ **4. VERSACE** sac Virtus en cuir rouge, **1000 €** www.versace.com ◇ **5. MARQUIS DE CALON SÉGUR** Saint-Estèphe 2016, **25 €** chez tous les bons cavistes. ◇ **6. ÉDITIONS POINTS** livre « *Passe-moi le champagne, j'ai un chat dans la gorge* » de Loïc Prigent, **7,20 €**, en librairie.

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti



1.



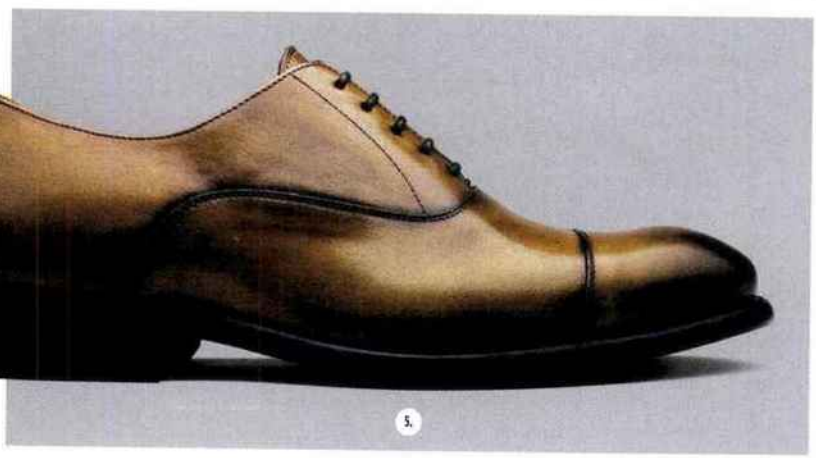
2.



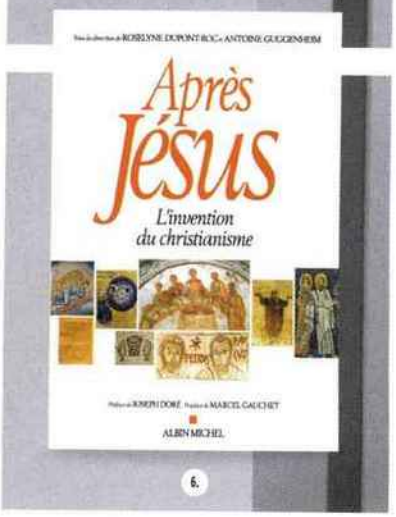
3.



4.



5.



6.

1. BOLLINGER champagne PN VZ15, **89 €** chez les cavistes. ◇ **2. MOYNAT** porte-carte double en Toile 1920, **350 €** www.moynat.com ◇ **3. USM** meuble d'appoint à deux portes abattantes, **1002 €** www.usm.com ◇ **4. CHÂTEAU LATOUR** grand vin de Château Latour, Premier Grand Cru Classé, 2009, Pauillac, **1250 €** chez les cavistes. ◇ **5. FINSBURY** derby en cuir Oxford, **220 €** www.finsbury-shoes.com ◇ **6. ALBIN MICHEL** livre *Après Jésus, l'invention du christianisme*, 80 auteurs, sous la direction de Roselyne Dupont-Roc et Antoine Guggenheim, **49 €** www.albin-michel.fr

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Point
SUPPLEMENT
Pays : FR
Périodicité : Parution Irrgulire

Date : 19 novembre 2020
Page de l'article : p.14,15,16,...,30
Journaliste : Rudy Ricciotti



1. BALIBARIS écharpe Glasgow, 100 % laine, **95 €** www.balibaris.com ◇ **2. CORNELIANI** cravate en soie, à partir de **90 €** www.corneliani.com ◇ **3. MAISON LANSON** cuvée Blanc de Blancs, champagne 100 % Chardonnay, **49 €**, chez les cavistes. ◇ **4. CHÂTEAU LA TOUR CARNET** Haut-Médoc 2009, **47 €**, boutique de Pessac, Château Pape Clément, 216 avenue Dr Nancel Pénard, 33600 Pessac, tél : 05 57 26 38 34. ◇ **5. A.LANGE & SÖHNE** Lange 1 Timezone 2020 en or jaune, modèle limité à 100 exemplaires www.alange-soehne.com ◇ **6. ASTIER DE VILLATTE** tasse Portrait de Femme du Fayoum, **220 €** www.astierdevillatte.com

Tous droits réservés à l'éditeur

Gala

Date : 25/11/2020
Heure : 16:37:15

www.gala.fr
Pays : France
Dynamisme : 50

Visualiser l'article

Stéphane Plaza prêt à tout… sa proposition osée à une ministre



Alors que le secteur de l'immobilier a été durement touché par la crise sanitaire, Stéphane Plaza s'est saisi de son compte Instagram pour faire une proposition osée à Emmanuelle Wargon, ministre déléguée au Logement.

" *Madame la ministre… Si les visites avec les acheteurs reprennent avant le 1er décembre, j'enlève le bas"* . Visiblement en pleine forme, Stéphane Plaza s'est saisi de son compte Instagram ce mardi 24 novembre pour faire une proposition osée à Emmanuelle Wargon, ministre déléguée auprès de la ministre de la Transition écologique, chargée du Logement. **Une " *proposition net vendeur"* qu'il va maintenant devoir honorer…**

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Emmanuel Macron a en effet annoncé la réouverture des commerces dits "non essentiels" à partir de ce samedi 28 novembre. **Une nouvelle qui a réjoui le nouveau colocataire de Karine Lemarchand , qui n'en a pas pour autant oublié sa promesse.** L'animateur star a ainsi publié une nouvelle story sur son compte Instagram : " *lorsque tu fais une promesse, tu donnes de l'espoir* ", a-t-il écrit, non sans une pointe d'ironie, et de poursuivre : " *lorsque tu l'honores, tu crées de la confiance* ". " *Laissez-moi quelques jours, je vais donc la tenir* ", a-t-il promis.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Si Stéphane Plaza préfère désormais prendre le parti d'en rire, l'animateur, testé plus de 60 fois à la Covid , avait au début du mois longuement dénoncé les mesures prises par le gouvernement pour lutter contre la propagation de l'épidémie. **" *Pendant le confinement, les enfants continuent de naître, les amoureux de s'unir, les plus âgés de prendre leur retraite, les jeunes de s'installer et les moins amoureux... de divorcer ? Il faudra bien les loger, non? L'immobilier est donc essentiel"*** , s'était-il insurgé, avant de pointer du doigt l'incohérence de ces mesures.

On peut " *acheter du Vin chez Nicolas", "acheter des boutons dans une mercerie", "acheter des ustensiles de cuisine chez Boulanger ou à la FNAC* ", s'était-il agacé, et de demander au Père noël un retour rapide à la normale pour que " *les agents immobiliers puissent exercer à 100% et permettent aux clients de réaliser leurs projets plus simplement* ". Un souhait qui a visiblement été entendu !

Tous droits réservés à l'éditeur

LE PROGRÈS
www.leprogres.fr
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 198324



Date : 26 novembre 2020
Journaliste : Florence RÉA

PAVEZIN Témoignage (Épisode 10/10)

Paroles de confinés : « On a un peu de temps libre en ce moment ! »

Entre bricolage et nettoyage pour monsieur et footing et lecture pour madame, les propriétaires de l'auberge de Grange Rouet au col de Pavezin occupent leur journée en attendant la réouverture.

10 heures, lundi. Les portes de l'Auberge de Grange Rouet sont fermées aux clients, mais la porte de service est, elle, bien ouverte. À l'intérieur Alain, le propriétaire des lieux a troqué son tablier de chef de salle pour celui d'agent d'entretien. Éponge en main, il astique les carreaux blancs d'une de ses salles. Juste à côté, son épouse, cheffe de la cuisine, fait mijoter la cinquantaine de repas qui sera servi à midi dans les cantines des écoles de Pavezin et Sainte-Croix-en-Jarez.

Déprimés les deux professionnels ? « Non. La situation n'est pas facile avec cette deuxième fermeture mais on applique le principe "si l'argent ne rentre pas, on en sort pas." »

« On demande juste à travailler »

Alors le couple s'occupe en attendant une future réouverture. « J'en profite pour refaire les différentes salles de l'auberge. Je viens de repeindre entièrement le plafond de la grande salle du restaurant. Tous les frigos sont débranchés et ont été nettoyés. J'avance pièce par pièce », explique Alain le monsieur bricolage de la maison. Car l'ancien maître d'hôtel du Hilton et caviste chez Nicolas à Paris a une autre passion la récupération d'objets pour une deuxième vie.

Pour Christine, c'est « footing, potager et lecture. J'ai encore la chance de préparer les repas de la cantine et la vente à apporter du week-end pour lequel les locaux jouent bien le jeu. Cela ne nous fait pas forcément gagner de l'argent mais ça permet surtout de garder le lien social et faire chauffer le fourneau.»



Alain, le Monsieur Bricolage de l'Auberge, et Christine met toujours autant d'amour dans ses petits plats familiaux. Photo Progrès/Florence RÉA

Malgré leurs journées bien remplies, il tarde aux deux professionnels de se remettre au travail. « Les aides c'est bien gentil mais nous, on veut travailler. C'est fou de juste demander à travailler en 2020. Le plus dur est de ne pas avoir de vision sur l'avenir. Certains ne vont pas se relever. »

De notre correspondante, Florence RÉA

Tous droits réservés à l'éditeur

Brane Cantenac 1928

Lors du premier confinement, j'avais entrepris un inventaire de la cave de la maison et j'avais repéré des bouteilles qu'il faudrait boire en priorité. Une semaine après le départ de mon fils, j'ai envie d'ouvrir une de ces bouteilles. Je choisis un **Château Brane-Cantenac 1928** dont l'étiquette n'est pas de la cave Nicolas. J'en ai d'autres de la cave Nicolas. Si nous avions été deux à boire j'aurais sans doute aimé comparer les deux mises en bouteille, mais étant seul à boire je me limiterai à celle-ci.

Le niveau est à mi-épaule, tendant à peine vers basse épaule. Le bouchon vient assez facilement, se brisant en deux morceaux. L'odeur à l'ouverture montre une légère acidité qui disparaît une minute plus tard. Au moment du service, quatre heures plus tard, le nez est de grande pureté et montre que le vin est puissant. Ce parfum n'a pas d'âge et si l'on disait 1985, on ne pourrait pas critiquer cette estimation.

En bouche, l'impression est mitigée. Car le vin est pur, bien construit, mais je ne ressens pas une grande émotion. Nous mangeons des poissons panés avec un pressé de pommes de terre qui accompagnent bien le goût du vin. Il aura parfois des fulgurances de charme qui montrent qu'il est d'une année légendaire. Mais globalement, malgré quelques moments de grâce, ce vin de belle structure n'aura pas offert suffisamment d'émotion pour représenter ce que l'on peut attendre de 1928, une des plus grandes années qui soient. J'espère essayer bientôt un Brane-Cantenac 1928 mis en bouteilles par Nicolas, pour retrouver – peut-être – la grandeur de ce vin qui avait été nommé premier des vins du 167ème dîner malgré une forte concurrence représentée notamment par deux vins du domaine de la Romanée Conti.

Une expérience à tenter bientôt.

Tous droits réservés à l'éditeur

LE PROGRÈS.fr

www.leprogres.fr
Pays : France
Dynamisme : 372

Visualiser l'article

Paroles de confinés : « On a un peu de temps libre en ce moment ! »

Entre bricolage et nettoyage pour monsieur et footing et lecture pour madame, les propriétaires de l'auberge de Grange Rouet au col de Pavezin occupent leur journée en attendant la réouverture.

10 heures, lundi. Les portes de l'Auberge de Grange Rouet sont fermées aux clients, mais la porte de service est, elle, bien ouverte. À l'intérieur Alain, le propriétaire des lieux a troqué son tablier de chef de salle pour celui d'agent d'entretien. Éponge en main, il astique les carreaux blancs d'une de ses salles. Juste à côté, son épouse, cheffe de la cuisine, fait mijoter la cinquantaine de repas qui sera servi à midi dans les cantines des écoles de Pavezin et Sainte-Croix-en-Jarez.

Déprimés les deux professionnels ? « Non. La situation n'est pas facile avec cette deuxième fermeture mais on applique le principe “si l'argent ne rentre pas, on en sort pas.” »

« On demande juste à travailler »

Alors le couple s'occupe en attendant une future réouverture. « J'en profite pour refaire les différentes salles de l'auberge. Je viens de repeindre entièrement le plafond de la grande salle du restaurant. Tous les frigos sont débranchés et ont été nettoyés. J'avance pièce par pièce », explique Alain le monsieur bricolage de la maison. Car l'ancien maître d'hôtel du Hilton et caviste chez Nicolas à Paris a une autre passion la récupération d'objets pour une deuxième vie.

Pour Christine, c'est « footing, potager et lecture. J'ai encore la chance de préparer les repas de la cantine et la vente à apporter du week-end pour lequel les locaux jouent bien le jeu. Cela ne nous fait pas forcément gagner de l'argent mais ça permet surtout de garder le lien social et faire chauffer le fourneau.»

Malgré leurs journées bien remplies, il tarde aux deux professionnels de se remettre au travail. « Les aides c'est bien gentil mais nous, on veut travailler. C'est fou de juste demander à travailler en 2020. Le plus dur est de ne pas avoir de vision sur l'avenir. Certains ne vont pas se relever. »

Pavezin | Paroles de confinés - Bientôt une boutique en ligne

Entre un petit coup de peinture par ci et la rénovation d'une chaise par là, Alain le Sarthois, à ne pas mélanger avec son épouse Christine la Bretonne, apporte aussi de la nouveauté sur son site Internet. « Comme le déconfinement n'est pas encore en vue, on a décidé de créer une boutique bientôt en ligne sur notre site. En plus de notre vente en emporté du week-end, on va proposer des produits faits maison ou sélectionnés par nos soins dans la plus pure tradition des fêtes de noël. On s'adapte et on veut aussi montrer que l'on est là et bien là. Que nos clients nous manquent et que l'on sert bien à quelque chose ».

De quoi encore occuper notre couple de restaurateur qui aime et pratique leur métier avec passion depuis l'école hôtelière…

Auberge de Grange Rouet 2 600 route de Grange Rouet, 42410 Pavezin Tel: 04 77 20 21 66 https://www.aubergedegrangerouet.com

0PBrWf7KTL38CZHwNFwtnloQaPHgTjj6eo4qUolqgG1iLL5vdtpmqTmbaDSUf7ZmmXDG-amXGzoClVRrxd0_fKAZDhi

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Alain, le Monsieur Bricolage de l'Auberge, et Christine met toujours autant d'amour dans ses petits plats familiaux. Photo Progrès /Florence RÉA.

0PBrWf7KTL38CZHwNFwtnloQaPHgTjj6eo4qUolqgG1iLL5vdtpmqTmbaDSUf7ZmmXDG-amXGzoClVRrxd0_fKAZDhi

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Grands magasins et centres commerciaux de Paris et d'Île de France se préparent à rouvrir ce weekend



Emmanuel Macron a annoncé la réouverture de tous les commerces pour le samedi 28 novembre 2020. Grands magasins et centres commerciaux se préparent donc à rouvrir leurs portes. On fait le point sur les ouvertures dans les centres commerciaux à Paris et en Île-de-France. Et d'ici là on peut toujours profiter de nombreuses offres en click & Collect.
Paris, capitale de la mode et du **shopping**, regorge de **grands magasins** et **centres commerciaux** ainsi que de **boutiques outlet** où faire de **bonnes affaires** pour toute la **famille**.

Quels sont les **Grands Magasins** et **centres commerciaux** que l'on retrouve à Paris et en Île de France dès le samedi 28 novembre 2020. Découvrez également les horaires d'ouverture et les service proposés durant le **confinement**.

Grands Magasins :

Tous droits réservés à l'éditeur



Les Galeries Lafayette Haussmann

Les Galeries Lafayette Haussmann c'est le grand magasin historique de Paris. Des vitrines foisonnantes qui varient au gré des saisons, un immeuble Art Déco à la jolie coupole, et bien sûr le meilleur des marques de luxe en mode, beauté, déco, c'est tout ça les Galeries Lafayette Haussmann.
Les Galeries Lafayette Paris Haussmann ferment leurs portes à compter du 30 octobre.

Galeries Lafayette Paris Haussmann : Le Magasin Gourmet reste cependant ouvert de 9h30 à 19h30 du lundi au samedi (à l'exception des jours fériés).



Le Printemps Haussmann : le grand magasin du 9ème

Mode femme et homme, beauté, luxe, bijoux, maroquinerie, souliers, déco mais aussi restauration et services personnalisés, tout est réuni au Printemps Haussmann pour un expérience shopping typiquement parisienne !
Le Printemps Haussmann est fermé jusqu'à nouvel ordre.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Le BHV Marais à Paris

Situé rue de Rivoli dans le 4e arrondissement de Paris, le BHV Marais propose une offre large de marques pour la maison, le bricolage, la mode, les loisirs, la beauté, et les bijoux. L'édifice principal est en face de l'Hôtel de Ville, mais le BHV s'étend aussi sur plusieurs bâtiments voisins.
Conformément aux directives gouvernementales, le magasin de Rivoli reste ouvert sur les secteurs faisant partie des "commerces essentiels".

BHV Marais : Le rayon Bricolage sera donc ré-ouvert à compter du mardi 3 novembre 2020 , de même que la boutique La Niche située au 42 rue de la Verrerie, pour le commerce d'aliments à destination des animaux de compagnie. Les horaires d'ouvertures sont du mardi au samedi de 11h à 19h. Les autres rayons du magasin demeurent fermés.



Le Printemps du Louvre : un centre commercial dédié au luxe dans le carrousel du Louvre

Le Printemps du Louvre c'est un centre commercial dans le carrousel du Louvre entièrement dédié au luxe. Beauté, maroquinerie, joaillerie, horlogerie, attention, chic et glamour en perspective !
Le Printemps du Louvre est fermé jusqu'à nouvel ordre.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Le Bon Marché Rive Gauche à Paris

Le Bon Marché c'est le premier grand magasin a avoir ouvert ses portes à Paris. Cette adresse historique du shopping est située dans le très chic 7# arrondissement rive gauche. Mode, beauté, maison, il y en a pour tous les goûts.

Le Bon Marché Rive Gauche est fermé jusqu'à nouvel ordre.



Galeries Lafayette des Champs Elysées : Photos et vidéo

Les Galeries Lafayette des Champs Elysées ont ouvert leurs portes ce jeudi 28 mars 2019. Cette adresse shopping fait le plus grand bonheur des fashion-victims mais aussi des food-addicts sur plus de 6.500m2.

Les Galeries Lafayette Champs-Élysées sont fermées jusqu'à nouvel ordre.

Centres commerciaux :

75 - Paris :

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Le Carrousel du Louvre : le centre commercial sous la pyramide du Louvre

Situé sous la pyramide inversée du Louvre, le Carrousel du Louvre est un centre commercial un peu caché, qui recèle des trésors mode, beauté et déco.

Le Carrousel du Louvre est fermé jusqu'à nouvel ordre. Nature & Découvertes et Les Minéraux proposent du Click & Collect.



Les boutiques du Palais des Congrès : le centre commercial de la Porte Maillot

Les boutiques du Palais des Congrès c'est le centre commercial de la Porte Maillot où aller pour une expérience shopping exclusive, mais aussi pour se faire un restau ou un ciné !

Suite aux mesures annoncées par le Gouvernement, toutes les enseignes sont fermées dans votre centre à l'exception des commerces de première nécessité.

Les boutiques du Palais des Congrès : Vous pouvez accéder aux enseignes suivantes :
- Les Galeries Gourmandes : ouvert du lundi au dimanche de 8h30 à 20h00
- Marks&Spencer : ouvert du lundi au dimanche de 8h30 à 20h00
- La pharmacie : ouverte du lundi au samedi de 9h00 à 18h30
- L'Optic by Valérie : ouvert du lundi au samedi de 10h00 à 18h00

Ces horaires sont susceptibles d'évoluer dans les prochains jours.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Italie Deux : le centre commercial du 13ème

Italie Deux, c'est le deuxième plus grand centre commercial de Paris. Avec ses 130 commerces, son offre de services, restauration et même sa salle de spectacle, le centre vaut le détour. Rendez-vous Place d'Italie, dans le 13ème arrondissement de Paris.

Italie Deux : Suite à l'annonce du Président de la République, seuls vos commerces de 1ère nécessité restent ouverts :

ACUITIS : 10h à 18h30 du lundi au samedi.
Alain Afflelou : 10h à 19h du lundi au samedi.
Boulanger : 10h à 20h du lundi au samedi. De 11h à 19h le dimanche.
Bouygues Telecom : 10h à 20h du lundi au samedi. 11h à 19h le dimanche.
Bricorama : 10h à 20h du lundi au samedi. 11h à 19h le dimanche.
Carrefour Market : 09h-21h du lundi au samedi, de 9h à 13h le dimanche.
E CLOPE : 10h à 19h du lundi au samedi.
Grand Optical : 10h à 20h du lundi au samedi.
Kusmi Tea : 10h à 19h du lundi au samedi.
Générale d'Optique : 10h à 20h du lundi au samedi. 11h à 19h le dimanche.
Lissac : 10h à 19h du lundi au samedi.
Lunette pour tous : 10h à 19h du lundi au samedi.
Fnac : 10h à 19h du lundi au samedi. De 11h à 19h le dimanche.
Le tabac : 10h à 20h du lundi au samedi.
Orange : 10h à 20h du lundi au samedi. 11h à 19h le dimanche.
Pharmacie : 9h-20h du lundi au samedi. De 10h à 19h les jours de garde, aux dates suivantes : mercredi 11 novembre et dimanche 15 novembre.
SFR : 10h à 19h du lundi au samedi. 11h à 19h le dimanche.
WEFIX : 10h à 19h du lundi au samedi.
Click & Collect :

Histoire D'Or : 11h à 17h45 du lundi au samedi.
Jeff De Bruges : A partir du 16 novembre
Kusmi Tea : 10h à 19h du lundi au samedi.
La Grande Recrée : 10h à 20h du lundi au samedi.
Marionnaud : 10 h à 18h les lundis, mercredis, vendredis et samedis sauf jours féries.
Micromania : 11h à 19h du lundi au samedi. 10h à 19h le mardi 10 novembre.
Nature & Découvertes : 9h à 19h le lundi au samedi. 10h à 19h le dimanche.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Rituals : 10h à 19h du lundi au samedi.
Sephora : 10h à 18h du lundi au samedi.
The Body Shop : 10h à 13h et de 14h à 18h du lundi au samedi.
Vente à emporter :

Boulangerie Paul : 10h à 20h du lundi au samedi et de 10h à 18h le dimanche.
Mc Donalds : 11h à 20h du lundi au dimanche, uniquement en vente à emporter et livraison à domicile.



Bercy Village : le centre commercial du 12 ème

Bercy Village c'est le centre commercial et de loisirs du 12# arrondissement de Paris qui se trouve en face de la Bibliothèque François Mitterrand. Mode, beauté, santé, loisirs, déco, voici ce que propose Bercy Village.

Bercy Village : Seuls ces commerces seront ouverts aux horaires suivants (horaires susceptibles de changer) :

Votre centre reste accessible par les accès habituels. Les horaires actuels du centre sont : 10h-21h30

Seuls ces commerces seront ouverts aux horaires suivants (horaires susceptibles de changer) :

ANIMALIS : Du lundi au dimanche de 10h à 20h
CARREFOUR CITY : Du lundi au dimanche de 8h à 21h
DAMMANN FRERES : Du lundi au samedi de 10h à 20h30. Le dimanche de 10h à 20h
FNAC : Du lundi au dimanche de 11h à 19h.
LA CIVETTE DE BERCY (TABAC) : Du lundi au vendredi de 10h à 19h
LA CURE GOURMANDE : Du lundi au samedi de 11h à 14h et de 15h à 18h
NICOLAS : Du lundi au dimanche de 10h à 20h
OLIVIERS & CO : Du lundi au dimanche de 10h à 20h
OPTIQUE LAB : Du lundi au dimanche de 10h à 20h
Certains de vos commerces proposent également un service de click & collect :

ALICE DELICE : Du lundi au samedi de 10h à 19h
ID KIDS
NATURE & DECOUVERTES : Du lundi au dimanche de 10h à 19h
SEPHORA : Du lundi au samedi de 10h à 18h
Retrouvez vos restaurants préférés en livraison, vente à emporter ou en click & collect :

CHAI 33 : Vente à emporter, Click and Collect

Tous droits réservés à l'éditeur

ERIC KAYSER : Du lundi au samedi de 7h à 20h et le dimanche de 7h à 15h
Vente à emporter, livraison via Uber Eats
FIVE GUYS : Du dimanche au vendredi de 11h30 à 21h. Le samedi de 11h à 21h
Vente à emporter, click & collect et livraison via Uber Eats et Deliveroo
LE CHURROS DU CHEF : Du lundi au dimanche de 11h à 21h.
Vente à emporter, click & collect et livraison via Uber Eats et Deliveroo
FRESH BURRITOS : Du lundi au dimanche de 11h à 20h30
Vente à emporter, click & collect et livraison via Uber Eats, Deliveroo et Just Eat
JOUR : Du lundi au dimanche de 11h à 21h
Vente à emporter, click & collect et livraison via Deliveroo
PARTIE DE CAMPAGNE : Du lundi au dimanche de 11h à 21h
Vente à emporter, click & Collect (tél. 01 43 40 44 11) et livraison via Uber Eats



Westfield Forum des Halles : le centre commercial au coeur de Paris

Au coeur de Paris se trouve le centre commercial Westfield Forum des Halles. Idéalement situé et fraîchement rénové, ce centre commercial a tout pour nous séduire. C'est d'ailleurs l'un des plus visités de France. Avec plus de 120 commerces, il propose une large gamme de produits et de marques allant de la mode à la beauté en passant par la culture. Rendez-vous vite dans le 1er pour une virée shopping qui promet d'être riche.
A partir de vendredi 30 octobre seuls certains commerces peuvent ouvrir (première nécessité, vente à emporter, click & collect,...).

Westfield Forum des Halles : Vous trouverez la liste ci-dessous (mise à jour régulièrement). Pour la restauration il s'agit de vente à emporter uniquement.

Alain Afflelou (10h-19h lundi-samedi, fermé le dimanche)
Epicerie Causses (10h-21h lundi-samedi, fermé le dimanche)
Champeaux
Chatime (11h30-19h30 lundi-dimanche)
Fnac (10-20h lundi-samedi / 11h-19h dimanche) - Rayon culture fermé (retrait de commande uniquement)
Darty (10h-20h lundi-samedi / 11h-19h dimanche)
Forum Services (10h-20h30 lundi-samedi / 11h-19h dimanche)
Grand optical (10h-20h30 lundi-samedi / 11h-19h dimanche)
Générale d'optique (10h-20h30 lundi-samedi / 11h-19h dimanche)
Jeff de Bruges (10h-19h lundi-samedi)
Le Chocolat Alain Ducasse
Monoprix (8h-21h lundi-samedi / 10h-20h dimanche)
Hema (11h-19h lundi-samedi)

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Pharmacie (10h-20h30 lundi-samedi / fermé le dimanche)
SFR (10h-20h lundi-samedi)
Léonidas (11h-19h lundi-samedi)
Les enseignes suivantes sont ouvertes pour du click & collect uniquement (retrait de commandes internet) :

Go Sport (10h-19h lundi-samedi)
Histoire d'Or (11h-17h45 lundi-dimanche)
Sephora niveau -3 (10h-18h lundi-samedi)
Sephora La Canopée (10h-18h lundi-samedi)
Marionnaud (10h30-18h30 lundi-samedi)
Micromania (10h-19h lundi-samedi)
Nature & découvertes (9h-18h lundi-dimanche)
Nocibé (10h-18h lundi-samedi)
Nyx (10h-18h lundi-samedi) : Call and Collect, appelez le 01.44.76.07.75 pour passer votre commande et venez la récupérer sans contact en boutique
Rituals (10h-19h lundi-samedi)
The Body Shop (10h-13h/14h-18h lundi-samedi)
Okaïdi (selon créneau horaire choisi)



Beaugrenelle Paris, le centre commercial rouvre ses portes

A Paris, le centre commercial Beaugrenelle va rouvrir ses portes ce mercredi 20 mai 2020. Après deux mois de fermeture, les Galeries Lafayette et les 90 autres magasins du centre seront à nouveau accessibles. Attention, port du masque obligatoire !

Beaugrenelle Paris :

Enseignes ouvertes du lundi au samedi de 10h à 20h30 et le dimanche de 11h à 19h

DARTY
FNAC (hors rayons culture)
HEMA (fermé le dimanche)
ORANGE (fermé le dimanche)
Boutiques en Click & Collect :

AUBADE les mardis et samedis de 13h à 18h à partir du samedi 7 novembre
BA&SH du mardi au samedi de 12h à 17h
DARTY du lundi au samedi de 10h à 20h30 et le dimanche de 11h à 19h

Tous droits réservés à l'éditeur

FNAC du lundi au samedi de 10h à 20h30 et le dimanche de 11h à 19h
GALERIES LAFAYETTE du lundi au samedi de 10h à 18h
LA GRANDE RÉCRÉ du lundi au samedi de 9h à 20h
MAISONS DU MONDE à partir de la semaine prochaine
NATURE & DECOUVERTES du lundi au dimanche de 9h à 19h
RITUALS du lundi au samedi de 10h à 19h
SABON de 10h à 18h ce samedi 7 novembre
SEPHORA du lundi au samedi de 10h à 18h
ZADIG & VOLTAIRE du mardi au samedi de 10h à 18h
Voici la liste des restaurants ouverts en vente à emporter, en livraison ou en click & collect.

Chipotle : vente à emporter, click & collect et livraison
Cojean : vente à emporter, click & collect et livraison
DS Café : vente à emporter, click & collect et livraison
Ladurée : vente à emporter de 11h30 à 19h
McDonald's : vente à emporter, click & collect et livraison
Noura : vente à emporter, click & collect et livraison
Panasia : vente à emporter, click & collect et livraison
Petit Plisson : vente à emporter



Passage du Havre : le centre commercial de Saint-Lazare

Passage du Havre c'est une galerie commerciale de 40 boutiques pile en face de la Gare Saint Lazare, pratique ! On y déniche des articles de mode, beauté ou culture, on se balade dans ses allées lumineuses, et l'on peut même s'offrir une pause déjeuner dans le jardin ou sur la terrasse.
La galerie est fermée mais la FNAC est ouverte et Natutre & Découverte et Sephora proposent du Click & Collect.

Passage du Havre :

FNAC ouverte du lundi au samedi : de 10h à 20h, les jeudi et vendredi : de 10h à 20h30 et le dimanche : de 11h à 19h.
NATURE & DÉCOUVERTES en Click & Collect de 9h00 à 18h00
SEPHORA en Click & Collect de 10h00 à 18h00
La galerie met en place un stand accessible du lundi au samedi de 11h à 18h à l'entrée Rue Caumartin pour le retrait de vos commandes :

Actuellement, les boutiques suivantes participent au service du click & collect :

Tous droits réservés à l'éditeur

L'Atelier du chocolat
Histoire d'Or



Vill'Up, le nouveau spot shopping & fun de la Villette

Vill'Up, le nouveau spot shopping & fun du Parc de la Villette, idéalement situé dans la 4ème travée de la Cité des Sciences et de l'Industrie a ouvert ses portes le 30 novembre 2016. Venez vite découvrir "Le concept store du bonheur", un centre commercial innovant qui rassemble des boutiques de créateurs et concept stores, des espaces de restauration mais aussi des loisirs inédits qui vous feront planer. De quoi ravir toute la famille.

Vill'up : Profitez du service Click & Collect ! Cultura reste à votre disposition en ligne et en vente à emporter ! Faites-vos courses en ligne et bénéficiez des conseils de nos vendeurs ! Une fois la commande validée, il vous suffit de venir la récupérer en point de vente entre 10h00 et 19h00 !

Profitez de la livraison à domicile ! Eh oui, Subway assure la livraison de 12h00 à 15h00 et de 18h30 à 22h00 et continu de surprendre vos papilles avec Deliveroo, Uber eat et Just eat !

77 - Seine et Marne :



La Vallée Village : l'Outlet mode et luxe à ciel ouvert (77)

Envie d'une expérience shopping exclusive, mais aussi de faire des bonnes affaires ? Et bien c'est possible à La Vallée Village, l'Outlet mode et luxe à ciel ouvert du Val de Marne. Rendez-vous dans le 77 pour dénicher les plus belles pièces des collections passées des grands créateurs. Le tout à prix réduit bien entendu.
La Vallée Village *est fermé jusqu'à nouvel ordre.*

Tous droits réservés à l'éditeur



Val d'Europe, le centre commercial de Marne la Vallée, s'agrandit (77)

Le Centre Commercial Val d'Europe s'agrandit pour la seconde fois depuis son ouverture en 2000. Cette fois-ci, ce sont 30 nouvelles enseignes, principalement axées mode et restauration, dont Uniqlo et Primark, qui font leur apparition en avril 2017. On y a été, on vous dit tout.

Le Centre Commercial Val d'Europe reste ouvert.

Val d'Europe : Désormais, pour continuer à profiter de vos boutiques préférées, dans le respect des règles sanitaires, certaines enseignes ont mis en place des services de Click & Collect et/ou de Vente à Emporter.

Vos enseignes ouvertes :

5 A SEC
ACUITIS
ATOL
AUCHAN
BOUYGUES
CARRE BLANC
CORDONNERIE MULTISERVICES
ESPACE SFR
FNAC
FREE
GRAND OPTICAL
HEMA
KRYS
KUSMI TEA 10h-20h
MONCEAU FLEURS
NORAUTO
ORANGE 10h 20h
POINT SMOKE
STATION ESSENCE
TABAC

Vos enseignes en Click & Collect

ALICE DELICE
HISTOIRE D'OR

Vos enseignes disponibles en Vente à Emporter

Tous droits réservés à l'éditeur

MC DONALDS
PAZZI
PIZZA DEL ARTE
VENG HOUR
78 - Yvelines :



Westfield Parly 2 : le centre commercial du Chesnay (78)
Westfield Parly 2 c'est l'un des hauts lieux du shopping de l'Ouest parisien. 179 boutiques allant de l'hypermarché aux marques de mode les plus variées, 16 restaurants, et même une salle de cinéma, le moins qu'on puisse dire, c'est que l'éventail des choix est large à Parly 2. Alors rendez-vous dès à présent au Chesnay dans les Yvelines (78) pour une virée shopping haute en couleurs !

Parly 2 : Liste des commerces ouverts :

Commerces alimentaires :

Auchan
Monoprix
Boucheries Nivernaises
Comtesse du barry
Fruiterie / Ferme st Hubert
Jeff de Bruges
Laura Todd
Lenôtre
Lindt
Maison du chocolat
Nespresso
Nicolas
Oliviers & co
Palais des thés
Restaurants en vente à emporter et/ou livraisons à domicile :

Bigot
Brioche dorée
Ellis burger

Tous droits réservés à l'éditeur

Marlette
Mc Donalds
Noura
Paul
Veng Hour
Opticiens :

Alain Afflelou
Générale d'optique
Grand optical
Jimmy fairly
Lunettes Pour Tous
Optic 2000
Opticiens conseils
Autres commerces de première nécessité :

5àsec
Alter smoke
BHV : rayon bricolage
Bouygues Telecom
Darty
Decathlon : rayon cycle et Drive
Fnac
Free
Orange
Pharmacie du Trianon
Presse
Pressing fer plait
Prestige retouche
Sfr
Tabac Le Cigare et La Plume
Truffaut
Click & Collect :

Ba&sh
BHV corner Boulanger
Dior : 01 39 43 08 15
Histoire d'Or
Jacques Blanchon : 06 64 76 44 32
Kiabi
La Grande Récré
Lush
Maisons du monde
Micromania
Natures & Découvertes
Nocibé
Rituals
Sephora

Tous droits réservés à l'éditeur

The Body Shop
Victor Victoria : 06 19 47 22 22
Zadig et Voltaire



Westfield Vélizy 2 le centre commercial (78)

Westfield Vélizy 2 c'est l'un des hauts lieux du shopping du 78. 180 boutiques allant de l'hypermarché aux marques de mode les plus variées, 35 restaurants, et même une salle de cinéma, le moins qu'on puisse dire, c'est que l'éventail des choix est large à Vélizy 2. Alors rendez-vous dès à présent Vélizy-Villacoublay dans les Yvelines pour une virée shopping haute en couleurs !

Vélizy 2 : La liste des boutiques ouvertes et les horaires d'ouverture peuvent varier. Nous mettons à jour la liste ci-dessous des enseignes ouvertes régulièrement :

Alimentaire :

Au Berry,
Auchan,
Brioche Dorée,
Burger King,
Carl's Jr,
Comtesse du Barry,
Crepeat,
Dim Sum,
Franks,
Jab And Baker,
Kusmi Tea,
Laura Todd,
McDonald's,
Old Wild West,
Panasia,
Paul
Services :

5asec,
Banque populaire,
Caisse d'épargne,
La Banque Postale,

Tous droits réservés à l'éditeur

Pharmacie,
LCL,
Tabac
Multimédia :

Boulanger,
Bouygues Telecom,
Fnac,
Free,
Hubside.Store,
Orange,
Samsung,
SFR,
Optique :

Alain Affelou,
Générale d'Optique,
GrandOptical,
Jimmy Fairly,
Krys,
Les Opticiens Conseils
Click and Collect :

Apple store : www.apple.com/fr
Brice : www.brice.fr
Du bruit dans la cuisine : www.dubruitdanslacuisine.fr
Histoire d'or : www.histoiredor.com
Id Kids : www.idkids.fr
Izac : www.izac.fr
JD Sports : www.jdsports.fr
La chaise longue : www.lachaiselongue.fr
Lush : fr.lush.com/
Maisons du monde : www.maisonsdumonde.com/FR/fr
Mauboussin : www.mauboussin.fr
Marionnaud : www.marionnaud.fr/
Micromania : www.micromania.fr/
Nature et découverte : www.natureetdecouvertes.com/
PicWicToys : www.picwictoys.com/
Rituals : www.rituals.com
Sephora : www.sephora.fr/
The Body Shop : www.thebodyshop.com/fr-fr/

Tous droits réservés à l'éditeur



One Nation, le centre commercial des Clayes (78)

Ouvert le 4 décembre 2014, le centre commercial One Nation et ses 80 boutiques de mode et de luxe à prix cassés vous attendent pour de bonnes affaires. Des remises extraordinaires allant jusqu'à - 70% sont à votre portée.

One Nation Paris : À compter de ce vendredi 30 octobre 2020, la Parapharmacie Para One reste ouverte 7/7, aux horaires adaptés de 10h à 18h.

Les restaurants Trattoria Locale et Eat Sushi sont ouverts 7/7 à la vente à emporter uniquement, de 11h à 20h30. Également via Uber Eats.

Enfin, Carrefour Express, pour vos courses du quotidien, ainsi que la boutique Lindt, vous accueillent 7/7 de 10h à 18h.



Mon Grand Plaisir : le nouveau centre commercial Open Sky de l'Ouest Parisien (78)

Le nouveau centre commercial Open Sky Plaisir, baptisé Mon Grand Plaisir aurait dû ouvrir ses portes au printemps dernier. Finalement repoussée par le coronavirus, l'inauguration de ce centre à ciel ouvert a eu lieu le 27 août 2020. Côté shopping, une quarantaine d'enseignes, dont un grand Primark, attendent les visiteurs qui pourront également profiter de l'un des 13 restaurants ainsi que d'un cinéma UGC qui devrait ouvrir début 2021.

Mon Grand Plaisir : Plusieurs enseignes de notre centre restent ouvertes au public durant le confinement :

La boulangerie L'esprit d'antan : du lundi au dimanche de 8h à 20h

Tous droits réservés à l'éditeur

La pharmacie : du lundi au samedi de 9h à 20h
Action (à partir du 3 novembre) : du lundi au dimanche de 8h30 à 20h
Clopinette : du lundi au samedi de 10h à 20h
Free : du lundi au samedi de 10h à 19h
Générale d'Optique : du lundi au samedi de 10h à 19h30
L'Opticien Concept : du lundi au vendredi de 12h à 18h
De plus, voici les enseignes ouvertes en drive (click & collect) :

La pharmacie : du lundi au samedi de 9h à 20h
Jules : du lundi au samedi de 10h à 11h
Kiabi : du lundi au samedi de 10h à 18h
Nyx (à partir du 4 novembre) : du lundi au samedi de 10h à 18h
Enfin, quelques restaurants sont ouvertes en drive :

Old Wild West : du lundi au dimanche de 11h30 à 15h puis de 18h30 à 22h
Marvelous : du lundi au dimanche de 11h à 21h

91 - Essonne :



Le centre commercial Evry 2 (91)

Evry 2 c'est le hot spot du shopping en Essonne. 225 boutiques allant de l'hypermarché aux marques de mode les plus variées, 16 restaurants, et même une salle de cinéma, le moins qu'on puisse dire, c'est que l'éventail des choix est large à Evry 2. Alors rendez-vous dès à présent dans le 91 pour une virée shopping haute en couleurs !

Evry 2 : Les boutiques ouvertes par secteur

ALIMENTAIRE :
Carrefour
Cofféa
Nicolas
Jeff de Bruges
Waffle Factory

OPTICIENS :
Alain Afflelou
La Générale d'Optique

Tous droits réservés à l'éditeur

Grand Optical
Entrevue
Eye Show
Krys
Optic 2000
Les Opticiens Conseils

SANTÉ :
Pharmacie Russo
La Grande Pharmacie
Cabinets médicaux COSEM

SPORT :
Décathlon

TABAC :
Les 2 mégots
Cig Nature

TÉLÉPHONIE ET MULTIMÉDIA :
Bouygues Télécom
Free
Fnac

SERVICES :
Sermi2

Voici ci-dessous la liste des boutiques ouvertes à la livraison et/ou en click & collect :

RESTAURATION :
Burger King
Mc Donald's
Veng Hour
KFC
Brioche Dorée
Paul

PRÊT-À-PORTER :
FootKorner
IdKids
Kiabi
Jules

SOINS ET COSMÉTIQUES :
Bleu Libellule
Marionnaud
Sephora
Nocibé

Tous droits réservés à l'éditeur

Rituals

BIJOUTERIE :
Bijouterie Dubreuil

SPORT :
Decathlon

MAGASIN DE JOUETS :
La Grande Récré
Cellules Grises

MULTIMÉDIAS :
France Loisirs
Fnac

MAISON & DÉCO :
Nature & Découvertes

92 - Hauts de Seine :



Les Quatre-Temps, le centre commercial de La Défense (92)
En Île-de-France, le centre commercial des Quatre-Temps est situé dans le quartier d'affaires de La Défense à l'ouest de Paris.

Westfield Les 4 Temps :

Boutiques ouvertes :

5 à Sec
Alain Afflelou
Auchan
Bouygues Telecom
Darty
Générale d'Optique
Grand Optical

Tous droits réservés à l'éditeur

Happesmoke
Jeff de Bruges
Jimmy Fairly
Kusmi Tea
La Poste
Leonidas (Dôme)
Les Opticiens Conseils
Lunette Pour Tous
Orange
Pharmacie
SFR
Tabac
WeFix
5 à Sec

Boutiques en Click & Collect uniquement :

Adidas : https://www.adidas.fr/
Alice Délice : https://www.alicedelice.com/
Bleu Libellule : https://www.bleulibellule.com/
Brice : https://www.brice.fr/fr-fr/index/
Cultura : https://www.cultura.com/
Décathlon : https://www.decathlon.fr/
FNAC : https://www.fnac.com/retrait-sans-contact
Guérin Joaillerie : https://www.guerin.com/
Histoire d'Or : https://www.histoiredor.com/fr_FR
JD Sports : https://www.jdsports.fr/
Jules : https://www.jules.com/fr-fr/index/
Lush : https://fr.lush.com/
Marionnaud : https://www.marionnaud.fr/
Mauboussin : https://www.mauboussin.fr/
Micromania : https://www.micromania.fr/
Nature et Découvertes : https://www.natureetdecouvertes.com/
Okaidi : https://www.okaidi.fr/
Oxybul : https://www.oxybul.com/
Rituals : https://www.rituals.com/fr-fr/home
Sephora : https://www.sephora.fr/

Restaurants en vente à emporter/ livraison à domicile :

Burger King
Chick'End Café
Five Guys
KFC
Mc Donald's
Paul
Pomme de Pain
Sushi Shop
Veng Hour
Waffle Factory

Tous droits réservés à l'éditeur

Au CNIT :

Boutiques ouvertes :

Actueyes
Centre de Dépistage
Fnac
La Poste
Leonidas
Monoprix
Marionnaud
Naturalia
Optical Center
Pharmacie
Tabac
Restaurants en vente à emporter/ livraison à domicile :

Laura Todd
Matsuri



Qwartz : le centre commercial de Villeneuve-la-Garenne (92)
Qwartz, le centre commercial de Villeneuve-la-Garenne dans le 92 a rouvert ses portes ce samedi 30 mai 2020. Cet énorme centre commercial high-tech de 86.000 m2 vous attend de nouveau avec ses 165 boutiques et restaurants, et son Fitness Park.

Qwartz : Pendant le confinement, vos restaurants continuent de vous régaler et vous proposent un service de livraison, de vente à emporter et/ou de click&collect. Ces informations sont susceptibles d'évoluer, restez connectés à nos réseaux sociaux et à notre site web.

A partir du vendredi 30 octobre 2020 : (les horaires sont susceptibles de changer)

CARREFOUR : du lundi au vendredi de 9h à 21h, le samedi de 8h30 à 21h et le dimanche de 8h30 à 12h30
PHARMACIE : du lundi au samedi de 9h à 20h30
ACTION : du lundi au samedi de 10h à 20h et le dimanche de 8h30 à 13h
5 à SEC : du lundi au samedi de 10h à 19h, à partir de jeudi 5 novembre de 9h à 14h
ALTER SMOKE : du lundi au samedi de 11h à 19h
BIOTECH USA : du lundi au samedi de 12h à 19h30

Tous droits réservés à l'éditeur

CLUB BOUYGUES TELECOM : du lundi au samedi de 10h à 20h
FREE : du lundi au samedi de 10h à 20h
JEFF DE BURGES : du lundi au samedi de 10h à 19h
GRAND OPTICAL : du lundi au samedi de 10h à 20h
LA CORDONNERIE : du lundi au samedi de 10h à 19h, à partir de mardi 3 novembre
LA GENERALE D'OPTIQUE : du lundi au samedi de 10h à 20h30
OPTIC 2000 : du lundi au samedi de 10h à 18h
ORANGE : du lundi au samedi de 10h à 20h30
OS OPTICAL SERVICE : du lundi au samedi de 10h à 19h
SFR : du lundi au samedi de 10h à 20h30
COM 9 : du lundi au samedi de 10h à 20h
VOS RESTAURANTS EN 1 CLIC LIVRAISONS ET VENTE A EMPORTER :

BURGER BY QUICK : du lundi au samedi de 10h à 20h et le dimanche de 10h à 12h30 sur Uber eats
COLUMBUS CAFE : du lundi au vendredi de 9h à 14h30
FRESH FACTORY : du lundi au samedi de 11h à 16h sur Uber eats
HALF TIME : du lundi au samedi de 11h à 22h sur Uber eats
KFC : du lundi au samedi de11h à 21h sur Uber eats, delivroo et Just eat
MEZZO DI PASTA : du lundi au samedi de 11h à 15h en livraison sur Uber eats et Deliveroo
POMME DE PAIN : Du lundi au vendredi de 9h à 14h30 sur uber,
PAPAYA BAR : du lundi au samedi de 9h30 à 20h30 sur Uber eats et delivroo
PITAYA : du lundi au samedi de 11h à 15h30 et de 18h à 21h
O'TACOS : du lundi au samedi de 10h30 à 20h30
SUSHI HANAKA : du lundi au dimanche de 12h à 22h
VOS BOUTIQUES EN CLICK AND COLLECT :

KIABI : du lundi au samedi de 10h à 18h, pour récupérer vos commandes et e-réservations, contacter le 01 41 11 57 60
LA GRANDE RECREE : du lundi au samedi 9h à 20h
SEPHORA : du lundi au samedi de 10h à 18h
FOOT KORNER : du lundi au samedi de 12h à 18h
HISTOIRE D'OR : du lundi au samedi de 10h30 à 17h45
MAXXI GAMES : du lundi au samedi de 10h à 20h30
MARIONNAUD : du lundi au samedi de 10h à 18h

So Ouest : le centre commercial à Levallois (92)

Tous droits réservés à l'éditeur

So Ouest, l'adresse shopping de l'ouest parisien vous accueille depuis l'automne 2012 dans un Centre Commercial, d'une superficie de 53.000 m².

So Ouest : Vous bouillonnez d'idées recettes ? / C'est reparti, l'apprenti cuisto qui sommeille en vous se réveille ? Ça tombe bien les magasins alimentaire suivant seront ouverts :

Hypermarché Leclerc de 09h à 21h
M&S Food de 09h à 20h30
Boucherie Persillé de 10h à 16h
Jeff de Bruges : 10h - 18h
Paul : 10h - 15h30
Les fourneaux ? Peu pour vous… Nos restaurants vous livrent. Retrouvez toutes les informations ici

Ankka
Bagelstein
Chipotle
Cojean
Fratellini Caffe
Originals Macdonalds
Persillé
Starbucks
Venghour
Waflle Factory
Les besoins médicaux, on prend soin de vous :

Pharmacie rue d'Alsace : 08h30 - 20h30
Paraphamarcie Leclerc : 10h - 20h
Cabinet médical : 09h - 19h
Optique, on vous a à l'oeil :

Acuitis : 10h - 19h
Grand Optical : 10h - 20h30
Optique Leclerc : 10h - 20h30
Adieu les soirées disco place à l'electronique :

Boulanger : 10h - 20h
Bouygues : 10h - 20h
Wizzle : 10h - 20h
Free: le 6 novembre
Hubside.Store : le 3 novembre
Pour le reste :

Alter smoke : 11h - 19h
Carré blanc : 10h - 18h
La Poste : 08h30 - 19h
So Service : 09h30 - 20h30
Et le Click & Collect = commandez en ligne, puis soit un service de livraison est proposé, soit rendez-vous à l'entrée du magasin :

Tous droits réservés à l'éditeur

La grande récré 10h - 20h30
Natures & découvertes 10h - 20h
Yellow Korner (01.47.30.40.47 ou galerie.levallois@yellowkorner.com)
Decitre 10h -17h
Sephora 10h30 - 18h
The Body Shop 10h - 18h30 (01.47.30.40.47)
Micromania 10h - 19h
Rituals



Enox Parc des Chanteraines : le centre commercial de Gennevilliers (92)

Enox Parc des Chanteraines c'est le centre commercial de Gennevilliers dans le 92. On y trouve 8 boutiques allant de la mode à la déco en passant par l'électroménager et le sportswear. On profite en particulier de la Nike Factory qui propose toute l'année des prix défiant toute concurrence.



Les Passages : le centre commercial de Boulogne (92)

Les Passages c'est le centre commercial du 92 qui va nous plaire avec ses allées lumineuses, ses 56 boutiques et ses nombreux services. Rendez-vous dès maintenant à Boulogne Billancourt pour une virée shopping aussi agréable qu'efficace !

Les Passages :

Vos enseignes ouvertes

Tous droits réservés à l'éditeur

5àSEC de 9h à 15h
AFFLELOU de 10h à 19h
COMTESSE DU BARRY de 10h à 19h
FNAC de 10h à 20h
JEFF DE BRUGES (fermé les lundis) de 10h à 18h
KUSMI TEA de 10h à 19h30
KRYS de 10h à 19h
MONCEAU FLEURS (vente à emporter) de 9h à 19h
MONOPRIX de 9h30 à 21h
PHARMACIE OZIEL de 10h à 20h
SAVE de 10h à 18h

Vos restaurants disponibles en Vente à emporter, Click & Collect & Livraison

JOUR de 10h à 21h
LA FABRIQUE GIVREE de 11h à 18h uniquement les samedis
LE PARADIS DU FRUIT de 11h30 à 14h30 et de 19h à 21h
NOURA de 10h à 23h
PAUL (vente à emporter uniquement) de 10h à 20h
PIZZA DEL ARTE de 11h30 à 22h
STARBUCKS de 8h30 à 18h30
VENG HOUR (vente à emporter uniquement) de 10h à 19h

Vos boutiques proposant le service Click & Collect

ALICE DELICE de 10h à 19h
MARIONNAUD de 10h à 18h les 3,5,7 et 9 novembre prochain
NOCIBE de 10h à 18h
OXYBULL de 9h à 18h
RITUALS de 10h à 19h (excepté le 11/11)
ZARA, ZARA HOME de 10h à 20h



Issy 3 Moulins : le centre commercial d'Issy-les-Moulineaux (92)

Une virée shopping dans les Hauts-de-Seine ? Rendez-vous à Issy 3 Moulins, le centre commercial d'Issy-les-Moulineaux pour profiter des 43 magasins et restaurants. On y trouve des enseignes variées qui font le bonheur de toute la famille.

93 - Seine Saint Denis :

Tous droits réservés à l'éditeur



Rosny 2 : le centre commercial de Rosny Sous Bois (93)

Rosny 2, le centre commercial de l'est parisien propose une superficie de shopping de 111.600m2 pour le plus grand plaisir des fashion addicts.

Rosny 2 : La liste des enseignes ouvertes et les horaires seront mis à jour régulièrement sur le site Internet.

5 A SEC - 10h-18h sauf dimanche
ACTUEYES – 10h-19h
ALAIN AFFLELOU – 10h-19h
ATOL - 10h-19h du lundi au samedi
AUTOVISION – 8h30-19h
BELLE ET BIO – 9h-19h30
BOUYGUES TELECOM – 10h-19h
BRIOCHE DOREE - 8h30-17h30
BURGER KING – 10h-21h en vente à emporter, 10h-22h en livraison à domicile
CABINET DENTAIRE – 9h30-19h30
CARREFOUR – 8h30-21h
C.I.C – 10h-12h30 puis 14h-18h
EYESHOW - 10h-19h
FNAC DARTY – 10h-19h
FOOT KORNER – 11h-20h en click and collect
FREE – 10h-20h
GALERIES LAFAYETTE – 10h-18h en click and collect
GENERALE D'OPTIQUE - 10h-19h
GRAND OPTICAL – 10h-19h
HAPPESMOKE – 10h-20h
HISTOIRE D'OR – 11h-17h45 en click and collect
Hubside.Store – 10h-20h
JD SPORTS – 10h-17h en click and collect
JEFF DE BRUGES – 10h-19h
JULES – 10h-13h en click and collect
KIABI – 10h-18h en click and collect
LA GRANDE RECRE – 9h-20h en click and collect
LA POSTE – 10h-18h30
LCL - 10h-17h
MARIONNAUD – 10h-18h en click n collect

Tous droits réservés à l'éditeur

MC DONALDS - 11h-23h pour vente à emporter, 11h-4h pour drive et livraison
MICROMANIA – 10h-19h en click and collect
NATURE ET DECOUVERTES – 9h-19h en click n collect
NESPRESSO - 10h-19h
NOCIBE – 10h-18h en click n collect
OLD WILD WEST – 11h30-15h puis 18h30-22h, en livraison à domicile uniquement
OPTICIENS CONSEILS - 10h-19h du lundi au samedi
ORANGE – 10h-20h30
O TACOS - 10h-21h du lundi au samedi et 10h-20h le dimanche, en vente à emporter et livraison à domicile
PAUL – 10h-17h30
PHARMACIE – 9h-20h
PITAYA – 10h30-15h puis 18h45-21h30 en livraison à domicile et vente à emporter
POMME DE PAIN – 8h-18h en livraison à domicile et vente à emporter
RITUALS – 10h-19h en click and collect
QUICK - 11h-22h en vente à emporter
BUREAU DE TABAC – 10h-20h
SEPHORA – 10h-18h en click n collect
SFR - 10h-20h
SPEEDY
TÊTE A TÊTE – 10h-18h
THAILANDE EXPRESS – 12h-20h30
THE BODY SHOP - 10h - 13h / 14h - 18h en click n collect
WAFFLE FACTORY – 10h-20h30
WEFIX - 10h-20h30
Enseignes proposant le service de Click & Collect :

Galeries Lafayette de 10H à 18H du lundi au dimanche : www.galerieslafayette.com
Foot Korner du 11H à 20H du lundi au samedi : www.footkorner.com
JD Sports de 10H à 17H du lundi au samedi : www.jdsports.fr
Jules (retrait des commandes des boutiques Jules et Brice) de 10H à 13H du lundi au samedi : www.jules.com et www.brice.fr
Kiabi de 10H à 18H du lundi au samedi : www.kiabi.com
La Grande Récré de 9H à 20H du lundi au samedi : www.lagranderecre.fr
Marionnaud de 10H à 18H du lundi au samedi : www.marionnaud.fr
Micromania de 10H à 19H du lundi au dimanche : www.micromania.fr
Nature et Découvertes de 10H à 20H du lundi au samedi et de 9H à 19H le dimanche : www.natureetdecouvertes.com
Nocibé de 10H à 18H du lundi au samedi : www.nocibe.fr
Sephora de 10H à 18H du lundi au jeudi et de 10H à 18H le samedi : www.sephora.fr
The Body Shop de 10H à 13H et de 14H à 18H du lundi au samedi : www.thebodyshop.com
94 - Val de Marne :

Tous droits réservés à l'éditeur



Créteil Soleil, le centre commercial du Val de Marne (94)

Créteil Soleil, le centre commercial Klépierre du Val de Marne a vu le jour en 1974. D'une superficie de 136.000 m2, cette galerie marchande accueille plus de 200 commerces répartis sur 3 niveaux et accessibles en transports en communs, notamment en métro.

Créteil Soleil :

CARREFOUR : du lundi au samedi de 9h à 21h et le dimanche de 9h à 12h30
PHARMACIES : Portes 23 & 26 - du lundi au samedi de 9h30 à 19h
CENTRE MEDICAL & CABINET DENTAIRE sont ouverts
SERVICES : du lundi au samedi

La Poste (9h30-19h),
Tabac (9h-20h et le dimanche 11h-19h),
5 à Sec (9h-20h30),
Encre Service (10h-19h),
Point Smoke (10h-19h)
OPTICIENS : du lundi au samedi

Alain Afflelou (sur RDV de 10h à 19h30),
Générale d'Optique (10h-20h30),
Grand Optical (10h-19h30),
Lissac (10h-19h),
Opticiens Conseils (10h-19h)
OPÉRATEURS TÉLÉPHONIQUES : du lundi au samedi

Bouygues Telecom (10h-20h),
Free (10h-20h),
Orange (10h-18h)
SFR niveau 1 (10h-20h30, ouvert le dimanche jusqu'à 19h),
SFR niveau 2 (10h-20h30)
BOULANGERIES & COMMERCES DE BOUCHE : du lundi au samedi

Biotech (10h-18h),
Brioche Dorée Porte 23 (10h-20h30),
La Fabrique à Cookies,

Tous droits réservés à l'éditeur

Nicolas (10h-19h)
Paul Porte 23 & Porte 24 (9h-18h)
ELECTROMENAGER / MAISON :

DARTY, FNAC du lundi au samedi de 10h à 19h et le dimanche de 11h à 19h
NORMAL : 7j/7 de 10h à 19h
PETLAND : du lundi au samedi de 10h à 20h
Certains de vos restaurants préférés vous proposent également la **vente à emporter et/ou un service de livraison** via les plateformes habituelles :

BURGER KING : du lundi au samedi de 11h à 22h et le dimanche de 12h à 21h
DEL ARTE : 7j/7 de 11h à 22h
FRESH BURRITOS : 7j/7 de 11h à 22h
IT - ITALIAN TRATTORIA : du lundi au samedi de 11h à 22h et le dimanche de 11h30 à 22h
LA CANTINE LIBANAISE : 7j/7 de 9h à 22h
LAL QILA : 7j/7 de 11h à 22h
LES BURGERS DE PAPA : 7j/7 de 11h à 22h
MC DONALD'S : du lundi au samedi de 10h à 21h et le dimanche de 11h à 20h
O'TACOS : 7j/7 de 11h à 22h
QUICK : du lundi au samedi de 10h30 à 21h et le dimanche de 11h30 à 20h
STEAK N SHAKE : 7j/7 de 11h à 22h
SUSHIWAY : 7j/7 de 11h à 22h
WOKO : 7j/7 de 11h à 22h
Certaines boutiques vous proposent également un service de **Click & Collect** :

ID KIDS : du lundi au samedi de 10h à 18h
KIABI : du lundi au samedi de 10h à 18h
LA CHAISE LONGUE : ce jeudi, vendredi et samedi de 14h à 17h
LA GRANDE RÉCRÉ : du lundi au samedi de 9h à 20h
MARIONNAUD : du lundi au samedi de 11h à 19h
MAXXI GAMES : du lundi au samedi de 10h à 20h30
MICROMANIA : du lundi au samedi de 10h à 19h
NATURE & DECOUVERTES : du lundi au samedi de 9h à 19h et le dimanche de 10h à 18h
NOCIBE : du lundi au samedi de 10h à 18h
RITUALS : du lundi au samedi de 10h à 19h
SEPHORA : du lundi au samedi de 10h à 18h
THE BODY SHOP : du lundi au samedi de 10h à 13h et de 14h à 18h
VERTBAUDET : du lundi au samedi de 10h à 14h

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article



Belle Epine : le centre commercial de Thiais (94)

Belle Epine c'est le centre commercial de Thiais, parfait pour une journée shopping et détente dans le 94. Des boutiques, des restaurants, des services et même un bowling, tout est pensé pour y passer un bonne journée !

Belle Épine :

Vos enseignes "première nécessité" ouvertes
VÉHICULE & ENTRETIEN :

Norauto,
Station-Service BP
Belle & Bio - Lavage auto
OPTICIENS :

Alain Afflelou,
Grand Optical,
Krys,
La Générale d'Optique,
Les Opticiens Conseils
TÉLÉPHONIE :

Bouygues Telecom,
Free Center,
Orange,
SFR
WeFix
HYPERMARCHÉ :

Carrefour
SANTE :

Cabinet Médical,
Laboratoire d'Analyses,
Cabinet de Radiologie,
Médecine du travail
Pharmacies - Portes 3 et 5

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

TABAC :

Love Tabac,
Emy's Café
Point Smoke
ALIMENTAIRE :

BioTech,
C'Mon Goût,
Jeff de Bruges,
Paul
Léonidas
SERVICES :

Kiosque Presse,
Pressing 5 à Sec
GRANDS MAGASINS :

Darty
Gifi
Vos enseignes en Click & Collect
BEAUTE & SANTE :

Bleu Libellule,
Nocibé,
Sephora - Niveau 0 et 1,
CULTURE & JOUETS :

Cultura,
La Grande Récré,
MicroMania
Nature & Découvertes
MODE & ACCESSOIRES :

Kiabi
Histoire d'Or
Vos enseignes disponibles en Vente à Emporter et/ou Service de livraison à domicile
FAST FOOD :

Burger King,
KFC,
Mc Donald's,
The Fifties
CUISINE du MONDE :

Fresh Burritos,
Indiana Café,
Old Wild West,

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Pizza Hut,
Tamaya



Aushopping : le centre commercial du Val de Fontenay (94)

Aushopping c'est le centre commercial du Val de Fontenay parfait pour une virée shopping de rentrée 2020. Avec 91 boutiques et une quinzaine de restaurants, on a l'embarras du choix.

Aushopping Val de Fontenay :

Les boutiques de votre galerie sont fermées, mais vos commerces essentiels restent ouverts :

Pharmacie
Tabac Presse et Vapote-moi
Pressing : 8h30-20h
Vos Opticiens: Optique Visual (de 10h à 19h), Générale d'Optique, Alain Afflelou
Vos banques : LCL, CIC
La téléphonie : SFR, Bouygues Télécom
Jeff de Bruges : 10h-20h
Pile Vite
Shift
A+ Services disponible par téléphone : 07 68 66 99 76 / 06 88 74 46 07
Certaines boutiques proposent du Click and Collect :

Sephora
Bleu Libellule de 10h à 19h du lundi au vendredi
Kiabi de 10h à 18h
Venise Shoes de 11h à 18h
Les restaurants de votre galerie sont fermés, mais certains vous proposent de la vente à emporter#:

JOUR de 10h à 15h
Segafredo
O'TACOS de 10h à 20h
Dragon d'Orient
Subway de 10h à 20h
Burger King
Mc Donald's
Délices de Jules de 10h à 14h

Tous droits réservés à l'éditeur

Shanghai Express de 18h à 22H30
Garam Masala de 11h30 à 13h45 et de 18h à 19h45
Le fournil de Pierre



La Vache Noire : le centre commercial d'Arcueil (94)

Si vous avez envie d'une expérience shopping un peu différente, rendez-vous à La Vache Noire, le centre commercial d'Arcueil. Avec son toit jardin et ses allées lumineuses, faire des courses devient une vraie partie de plaisir. 120 boutiques et de nombreux restaurants nous attendent ici dans le 94, au sud de Paris.

La Vache Noire :

A partir du vendredi 30 octobre, certains commerces et restaurants (en vente à emporter et / ou livraison) resteront ouverts à La Vache Noire :

Bouygues Télécom
Centre Médical
CIC
Darty
Furet du Nord : presse
Générale d'Optique
Jeff de Bruges
Krys
Marc le Bihan
Monoprix
Pharmacie
Smartshop One
Truffaut
Compozeat : lundi au vendredi
Daily Monop
IT Trattoria
Jeff de Bruges
McDonald's
Nabab Kebab
Paul
Pomme de Pain
Subway : lundi au vendredi
Waffle Factory

Tous droits réservés à l'éditeur

Les enseignes suivantes ont mis en place le Click & Collect :

Aubert
Bouygues Télécom
Darty
Furet du nord
Générale optique
Krys
La Grande Récrée
Maisons du Monde : le 02/11 et à partir du 09/11, les lundis, jeudis et samedis
Manufact : mercredi et samedi
Monoprix
Nocibe : du lundi au samedi de 10h à 18h
Sephora
TOC : du lundi au samedi
Truffaut



Quais d'Ivry : le centre commercial d'Ivry sur Seine (94)
Quais d'Ivry c'est le centre commercial urbain aux portes sud de Paris. Rendez-vous à Ivry sur Seine dans le 94 pour découvrir les 80 commerces qui animent le centre.
Seuls les commerces de 1ère nécessité restent ouverts.

Quais d'Ivry : Liste des commerces ouverts :

De 10h à 20h :

La pharmacie,
Le bureau tabac
Les magasins d'optique (VISION DESIGN et GENERAL D'OPTIQUE),
Le centre médico-dentaire,
Le réparateur de téléphone,
Les magasins de téléphonie (SFR et BOUYGUES),
La restauration avec la vente à emporter (KING CROISSANT, PIZZA TORINO, ART GOURMET).
De 9h à 21h :

L'enseigne CARREFOUR

Tous droits réservés à l'éditeur

www.sortiraparis.com
Pays : France
Dynamisme : 52

Visualiser l'article



DOMUS, le centre commercial aux portes de Paris (94)

DOMUS, le centre commercial entièrement dédié à la déco aux portes de Rosny-sous-Bois se renouvelle. Nouvelles boutiques, nouveaux espaces, nouveaux restos et service de conciergerie, le centre se plie en 4 pour vous séduire. Si vous êtes fan de déco ? Le lieu recèle toutes les enseignes dont vous avez besoin : Maisons du Monde, Alinéa, Truffaut, Madura, Zodio, la Maison du Convertible… Plus qu'à partir en quête d'inspiration pour votre déco de printemps.

Domus : Liste des enseignes ouvertes :

Décathlon : 10h - 20h Accès au public uniquement sur le rayon cycles - Retrait de commandes
Truffaut : 10h - 18h Magasin accessible au public et en click & collect
Boulanger : 10h - 20h Magasin accessible au public et en click & collect
Zôdio : uniquement en drive click & collect
Subway : uniquement en drive click & collect
Carré blanc : magasin accessible au public
Onigri Club : uniquement en drive click & collect
Habitat : uniquement en drive click & collect
Gautier : uniquement en drive click & collect
PH : magasin accessible au public
Action : magasin accessible au public
Bébé 9 : uniquement en drive click & collect
Maison du monde (à partir du 9 novembre) : uniquement en drive click & collect
95 - Val d'Oise :

Tous droits réservés à l'éditeur



Côté Seine : le centre commercial d'Argenteuil (95)

Rendez-vous à Argenteuil chez Côté Seine pour une virée shopping dans le Val d'Oise. Avec ses 65 boutiques et restaurants, ce centre commercial saura nous séduire !

Côté Seine : Voici la liste des magasins ouverts de 10h à 20h

Chicken Spot
SFR
Bouygues
Optical Factory
Optic 2000
Générale d'Optique
Géant Casino
La Poste
Photomaton
Jeff de Bruges
Pharmacie
Vapeur & Sens



Les Trois Fontaines : le centre commercial de Cergy (95)

Les Trois Fontaines c'est le centre commercial de Cergy qui va nous séduire pour notre prochaine virée shopping. Avec plus de 150 commerces, dont une FNAC, un Darty et un Auchan, c'est l'un des meilleurs spots du 95 pour faire des emplettes.

Les 3 Fontaines :

Tous droits réservés à l'éditeur

Sont ouverts :

5 A SEC : 9h à 20h du lundi au samedi.
ACTUEYES OPTIQUE ET AUDITION : 10h à 19h du lundi au samedi.
AUCHAN : 8h30 à 21h du lundi au samedi.
DARTY : 10h à 19h du lundi au samedi.
FNAC : 10h à 19h du lundi au samedi.
FREE : 10h à 20h du lundi au samedi.
GENERALE D'OPTIQUE : 10h à 18h du lundi au samedi.
GRAND OPTICAL : 10h à 20h du lundi au samedi.
LA PIERRE A BRIQUET : 10h à 20h du lundi au samedi.
LA POSTE : 9h30 à 18h30 du lundi au vendredi et de 9h30 à 17h le samedi
LE CREDIT LYONNAIS : 10h à 18h30 du mardi au vendredi et le samedi 10h à 17h.
OPTICIENS CONSEILS : 10h à 19h du lundi au samedi.
PHARMARCIE DES 3 FONTAINES : 10h à 20h du lundi au samedi.
PHARMACIE DE L'ETOILE : 10h à 20h du lundi au samedi.
LABORATOIRE : 7h30 à 18h du lundi au vendredi et de 7h30 à 12h30 le samedi
POINT SMOKE : 10h à 20h du lundi au samedi.
PRO GSM : 10h à 20h du lundi au samedi.
SFR : 10h à 20h du lundi au samedi.
Click & Collect :

5 A SEC : 9h à 20h du lundi au samedi
AXESS EDEN PARK : 10h à 20h du lundi au samedi
AXESS BIJOUX SWAROVSKY : 10h à 20h du lundi au samedi
BLEU LIBELLULE : 10h à 19h du lundi au samedi
DARTY : 10h à 19h du lundi au samedi.
FNAC : 10h à 19h du lundi au samedi.
FOOT KORNER : 11h à 19h du lundi au samedi.
FOOT LOCKER : 10h à 16h du lundi au samedi.
FRANCE LOISIRS : 14h à 18h le mardi, mercredi, vendredi et samedi.
HISTOIRE D'OR : 11h à 17h45 du lundi au samedi.
JEFF DE BRUGES : 10h à 19h du lundi au samedi.
LACOSTE : 10h à 20h du lundi au samedi.
MARIONNAUD : 14h à 18h du lundi au samedi.
POINT SMOKE : 10h à 20h du lundi au samedi.
POMME DE PAIN : De 7h30 à 18h30.
SEPHORA : 10h30-17h30 du lundi au samedi.
Restaurants de DISTRICT :

AU COIN : Ouvert du lundi au samedi de 12h à 16h en vente à emporter.
Atelier Mikki : Ouvert du lundi au samedi de 18h à 21h en vente à emporter. De 18h à 22h via ubereats.
MAZATS : Ouvert du lundi au samedi de 11h à 15h en vente à emporter.
Mc Donalds : Ouvert 7j/7 de 9h à 23h en vente à emporter et livraison à domicile.
POMME DE PAIN : ouvert du lundi au samedi, de 8h à 19h en livraison à domicile et vente à emporter.

Tous droits réservés à l'éditeur



Usines Center : l'Outlet de grandes marques (95)

Les bonnes affaires tout l'année, on les trouve chez Usines Center, l'outlet de grandes marques du 95. Rendez-vous à Gonesse pour profiter de réductions sur les collections passées des marques. Mode, maison, enfants, loisirs, tout est à prix réduit, on dit oui !



Aéroville, le centre commercial de Roissy - Tremblay en France : réouverture (95)

Aéroville est un centre commercial et de services de 85.000m² à quelques kilomètres de l'Aéroport Charles de Gaulle, entre Tramblay-en-France et Roissy-en-France. Auchan, grands magasins, zone de restaurants, cinéma Pathé Gaumont et escape game vous attendent dans une déco verdoyante et des grandes allées jonchées d'espaces de détente. Réouverture le 30 mai.

Aéroville :

A partir du vendredi 30 octobre, et jusqu'au 1er décembre, seuls les commerces de 1ère nécessité qui avaient pu rester ouverts lors du précédent confinement sont ouverts dans votre centre Aéroville :

Auchan
Auchan Drive
Grand Optical
Alain Afflelou
Cabinet Dentaire
Para-pharmacie
Inter-Actif

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Hubside.Store
Orange
Free
SFR
De Neuville
Jeff de Bruges
Kusmi Tea
5 à sec
Fast Services
Alter Smoke
Ce n'est pas tout ! Certaines boutiques vous proposent le service de retrait de commande, *Click and collect,* aux horaires suivants :

Adidas : www.adidas.fr
Alice Délice : www.alicedelice.com
Avril :www.avril-beaute.fr
Bébé 9 : www.bebe9.com
Décathlon : www.decathlon.fr
Furet du Nord : www.furet.com
JD Sports : www.jdsports.fr
King Jouet : www.king-jouet.com
Micromania : www.micromania.fr
Nature & Découvertes : www.natureetdecouvertes.com
Nocibé : www.nocibe.fr
Sephora : www.sephora.fr
En cas de petit creux, vous pouvez consommer à emporter chez :

Crêpe and Shake Factory - de 11h à 18h sauf le dimanche
Lunicco - de 10h à 19h
McDonald's - de 10h à 20h (de 11h à 20h le dimanche)
Paul - de 8h30 à 19h sauf le dimanche
Pizza Hut - de 11h à 19h
Veng Hour - de 10h à 19h sauf le dimanche
Informations pratiques
Lieu
Paris
Paris
75 Paris

Tous droits réservés à l'éditeur

COMMERCE

La Réunion aime les cavistes

Après avoir souffert comme tous les commerces de proximité, les cavistes connaissent depuis une vingtaine d'années un regain d'intérêt. L'INSEE a relevé une hausse de 27% du nombre de «commerces de détail de boissons en magasins spécialisés» entre 2008 et 2014.



Et ce alors que la consommation d'alcool, et de vin en particulier, ne cesse de baisser depuis des décennies : elle a été divisée par trois depuis 1960, et encore de 20% ces vingt dernières années. Un mystère ? Pas du tout : on consomme moins, et mieux, ce qui explique aussi qu'on ait davantage recours au savoir d'un caviste. Quoi de plus normal pour le pays du vin qu'est la France.

La France pays du vin, et La Réunion ?

Premier pays producteur de vin en valeur (l'Italie nous dépasse en volume), deuxième consommateur en valeur absolue... La France est le pays du vin par excellence. Peut-être se sentira-t-on moins directement concerné en tant que réunionnais. L'île ne participe que très modestement à la production nationale avec le Cilaos. C'est avec celui de Tahiti un des deux seuls vignobles français de l'hémisphère sud, et c'est celui qui est le plus haut perché.

S'étalant de 600 à 1300m d'altitude dans le cirque dont il porte le nom, le Cilaos reste une production limitée, environ 25 000 bouteilles par an.

Les conditions climatiques, les terrains escarpés, les oiseaux... nombreux sont les obstacles qu'affrontent tout au long de l'année les quelques passionnés qui font vivre le vignoble de Cilaos. «Depuis le rachat du chai de Cilaos par les chais de Bourbon, la qualité des premières cuvées laisse présager un bel avenir pour ces vins issus de terroirs de La Réunion» se réjouit la direction de Nicolas, caviste leader de l'île. Ces passionnés viennent d'être rejoints par d'autres aventuriers du vin qui viennent de planter 5 hectares de vigne à Saint Paul.

La Réunion consomme peu de vin

Sur l'île, ce sont quelques 11 millions de litres de vin qui sont importés chaque année, soient environ 13 litres par habitant. Nous sommes loin de la moyenne nationale qui s'établit à 40 litres. Si les spiritueux sont en revanche consommés davantage, une récente étude classe le département dans les plus sobres : la Réunion est une des régions françaises qui consomme le moins d'alcool au quotidien, comme les DROM en général. 5,8% des réunionnais dégustent de l'alcool tous les jours, contre une moyenne nationale à 10%, et des maximums à 12,3% et 12,6% pour l'Aquitaine et l'Occitanie . Les plus grandes régions viticoles de métropole...

La moindre proportion du vin dans la consommation tient aussi à son prix plus élevé qu'en métropole. Deux facteurs augmentent mécaniquement le tarif d'une bouteille : le transport et l'octroi de mer. Ce dernier taxe les vins à 36 % et les champagnes à 51%, un taux que compense la faible TVA de l'île, mais partiellement seulement.

Un caviste pour 10 000 habitants

Le marché du vin en deçà de la moyenne nationale n'empêche manifestement pas le réseau de cavistes de s'épanouir : environ 80 établissements sur l'ensemble de l'île. C'est deux fois plus qu'un département de population comparable comme l'Oise et autant que la ville de Marseille. Avec un caviste pour 11 000 habitants, la Réunion se situe dans la moyenne nationale, alors même que l'île consomme moins. Doit-on conclure que l'île consomme mieux ?

«Les réunionnais sont humbles sur leur connaissance du vin», nous confie Pierrick Grasland, caviste à Saint Denis. Là où les métropolitains sont très sûrs de ce qu'ils croient savoir, pas toujours à raison, un réunionnais est à la recherche de conseil. L'île dispose de tout ce qu'il faut pour cela.

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 27/11/2020
Heure : 04:31:55
Journaliste : Sébastien Garnier

www.francebleu.fr
Pays : France
Dynamisme : 300

Visualiser l'article

Les commerçants de Montpellier se préparent à rouvrir leurs portes

A partir de samedi tous les magasins dit "non essentiels" vont pouvoir à nouveau accueillir des clients. Ils étaient fermés depuis un mois. A Montpellier les commerçants du centre ville sont en plein préparatifs.



Le magasin Lacoste au Polygone de Montpellier © Radio France - Sébastien Garnier

Ce n'est pas encore le déconfinement mais ça y ressemble un peu. A partir de samedi tous les magasins dit "non essentiels" vont pouvoir rouvrir leurs portes. La fin de leur fermeture administrative aura finalement été avancée. Une réouverture rendue possible avec la décrue de l'épidémie de Covid-19.

"La bonne nouvelle c'est que cette réouverture se fasse samedi et pas le 1er décembre comme prévue initialement. ***On est tous très contents et on attend nos clients avec impatience"*** , Marie Cadillac responsable d'un magasin de chaussures au Polygone à Montpellier (Hérault) est ravie. A quelques heures de la réouverture, ses vendeuses s'activent comme dans une fourmilière.

On rentre de la marchandise mais surtout on prépare les offres promotionnelles. Il y a le Black Friday qui arrive le 4 décembre prochain et avant cela le pré Black Friday pour nos clients fidèles. Il faut que la vitrine et les rayons soient alléchants. Un peu comme pour les soldes.

Tous droits réservés à l'éditeur

Visualiser l'article

Le gérant du magasin de vins Nicolas , rue de la Loge a eu la chance de rester ouvert pendant ce deuxième confinement mais il n'a pas travaillé autant que d'habitude. *" Ces dernières semaines, on a surtout vu les gens du quartier. Avec la réouverture de tous les commerces on va forcément avoir plus de monde. C'est indispensable car pour moi décembre représente un quart de mon chiffre d'affaire annuel"* précise Patrice Orset.

Patrice Orset gérant du magasin de vins Nicolas rue de la Loge à Montpellier

Audio:https://www.francebleu.fr/infos/economie-social/les-commercants-de-montpellier-se-preparent-a-rouvrir-leurs-portes-1606400619
Une jauge de 8m2 par client
Jean Gaillard qui tient une boutique de vêtements pour hommes près de la place de la Comédie décore sa vitrine aux couleurs de Noel et rappelle à son personnel les consignes sanitaires :

La boutique fait 120 m2 donc on pourra recevoir 10 clients au maximum en même temps, au delà, la porte sera fermée. Les clients attendront à l'extérieur.

Dans le salon Parten'Hair près de la préfecture, Isabelle Maffre a ressorti la tondeuse, elle coupe les cheveux de son collègue. Ils seront tout beaux et fin prêts pour la reprise *"nous avons fait quelques aménagements pour répondre au protocole sanitaire, par exemple, le vestiaire a été déplacé à l'entré du salon, les clients ne touchent à rien. De toute façon,* ***tout sera désinfecté après chaque passage*** *y compris la poignée de la porte"* . Pour ce premier jour il n'y aura sans doute pas de place pour tout le monde " *malheureusement on ne peut pas faire plaisir à tout le monde en même temps, les premiers qui appellent seront les premiers servis"* conclut-elle.

Reportage dans le centre ville de Montpellier

Audio:https://www.francebleu.fr/infos/economie-social/les-commercants-de-montpellier-se-preparent-a-rouvrir-leurs-portes-1606400619

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Parisien

Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 274892





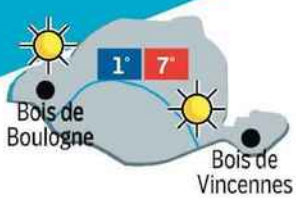
Date : 30 novembre 2020
Journaliste : MARIE-ANNE GAIRAUD



LUNDI 30 NOVEMBRE 2020

ÎLE-DE-FRANCE & OISE

L'actualité de vos départements 75



Tous droits réservés à l'éditeur

Le Parisien
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 274892

Date : 30 novembre 2020
Journaliste : MARIE-ANNE GAIRAUD

Les places de livraison bientôt mieux utilisées ?

Dès le premier trimestre, la Ville va mener une expérimentation dans le Marais pour une meilleure utilisation par les livreurs des places qui leur sont réservées.

STATIONNEMENT

PAR MARIE-ANNE GAIRAUD

QUI NE S'EST JAMAIS agacé de voir un livreur garé en double file en train de décharger son estafette alors qu'une place vide dédiée lui tend les bras un peu plus loin ? Et quel livreur n'a jamais pesté contre une automobile garée en toute illégalité sur une aire réservée devant un magasin ?

En résumé, les livraisons à Paris sont souvent synonymes... d'anarchie. « Pour éviter à nos livreurs de trop galérer, nous avons opté pour un horaire tôt le matin. Généralement les places sont libres, contrairement à la journée où bon nombre de professionnels se garent en double file et gênent la circulation », observe Thierry, gérant d'un magasin Nicolas dans le XIIe.

Les chiffres de la voirie parlent d'eux-mêmes. Près de deux tiers des livraisons se font en dehors des aires dédiées. Et avec chaque semaine, 1,1 million de mouvements à Paris (soit plus du quart des mouvements franciliens) liés au transport de marchandises... Cela fait beaucoup de sources d'accidents et d'embouteillages.

Une appli pour déclarer l'heure d'arrivée et de départ

La Ville a donc décidé d'essayer de mieux gérer l'utilisation des 9 000 places réservées en ayant recours à de nouvelles technologies. « Les professionnels ne nous en demandent pas plus mais ils voudraient plutôt qu'elles soient mieux adaptées ou situées, qu'elles ne soient pas installées le long d'une piste cyclable par exemple. Et surtout qu'elles soient mieux respectées », explique David Belliard, l'adjoint (EELV) chargé des transports.

Aujourd'hui, le système ne repose que sur la bonne volonté des livreurs à poser derrière leur pare-brise un disque bleu indiquant leur heure d'arrivée. L'arrêt est normalement limité à une demi-heure. Un système un peu vieillot qui ne permet pas aux professionnels de savoir s'ils trouveront des places. Ni à la Ville de bien contrôler ce stationnement ou de connaître le taux d'occupation/d'utilisation de ces aires de livraison.

D'où l'idée de moderniser le contrôle pour être à la fois efficace et pratique pour les usagers. Deux systèmes vont être testés sur les 168 places dédiées du Marais dans le cou-

Tous droits réservés à l'éditeur

Le Parisien
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 274892

Date : 30 novembre 2020
Journaliste : MARIE-ANNE GAIRAUD

rant du premier trimestre. « L'idée est d'optimiser l'usage des places et de permettre aux professionnels de les réserver avant leur arrivée », poursuit David Belliard.

Premier système : une application pour smartphone. Le chauffeur n'aura qu'à déclarer son départ et son arrivée de la place. De quoi aiguiller ses collègues vers un emplacement et aussi alerter les agents de la Ville en cas de dépassement du temps d'occupation.

Le deuxième système, lui, passera par l'installation de caméras et de capteurs dans le sous-sol. Ils signaleront la présence d'un véhicule sur la place et enverront l'information aux agents verbalisateurs et aux autres livreurs. Plus coûteuse, cette technologie ne sera testée que sur 42 aires.

La Fédération nationale des transports routiers (FNTR) d'Ile-de-France, associée aux réflexions de la Ville, approuve l'expérimentation. « Tout l'intérêt pour nous est de lutter contre le stationnement sauvage sur les places normalement réservées aux professionnels », défend la FNTR.

Des livreurs plutôt... sceptiques

Sur le terrain néanmoins, les principaux concernés, eux, paraissent plutôt... sceptiques. « Honnêtement, quand j'ai juste un paquet à déposer, je ne vais pas perdre de temps à chercher une place de livraison. Je continuerai de me garer devant l'adresse », avoue Nouredine*.

« La limite d'une demi-heure est souvent insuffisante pour décharger. Alors nous préférons payer le stationnement en face de la boutique le temps nécessaire », admet Mohamed, un marchand de fruits et légumes du XIIe.

« L'espace public doit être mieux partagé entre les différents utilisateurs et cela pourrait y contribuer », juge David Belliard.

** Le prénom a été changé.*

Tous droits réservés à l'éditeur

V&S news
L'essentiel de l'actualité économique des Vins & Spiritueux

Pays : FR
Périodicité : Hebdomadaire





Date : Du 27 novembre au 03 decembre 2020
Page de l'article : p.4
Journaliste : H.B.

Les magasins Nicolas ouvrent leur 2e cave à bières

FRANCE

Après une première ouverture l'an dernier à Saint-Cloud (92), le nouveau concept de cave à bières Craft Beers & Cie développé par Nicolas s'enrichit d'une seconde succursale (49 rue de la Harpe, 75005 Paris). Cette nouvelle cave, divisée en deux parties – la première étant dédiée aux bières avec près de 250 références, l'autre aux vins, aux champagnes et aux spiritueux – est ouverte tous les jours, du mardi au samedi, de 10 h à 13 h et de 14 h à 20 h. Contrairement à la succursale de Saint-Cloud, qui aurait vu sa fréquentation progresser de 50% cette année, cette deuxième cave, également ouverte à la dégustation sur place, ne dispose pas d'atelier de brassage. ■ *H.B.*

Tous droits réservés à l'éditeur



MAGASINS

Omnicom
Public
Relations
Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

La Nouvelle République des Pyrénées
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 11461





Date : 02 novembre 2020
Page de l'article : p.5

C’est un accueil tout sourire, malgré le masque, que vous promet Amandine Gil chez les

C’est un accueil tout sourire, malgré le masque, que vous promet Amandine Gil chez les vins Nicolas, rue Maréchal Foch. En ce samedi, on prépare déjà les fêtes, avec la mise en place des coffrets pour Noël. La boutique reste ouverte durant le confinement. / Photo Laurent Dard



0iHjRDJAbaM7OYXGAPICevWI8_REQWtN2fQYMoCpOMKzV7jzq3-PdokjPJIp6q-btNzI2

Tous droits réservés à l'éditeur

SUD OUEST
www.sudouest.com
Pays : FR
Périodicité : Quotidien
OJD : 280453



Date : 13 novembre 2020
Journaliste : Christophe Massenot

Agen, Agenais et Albret

Vinissim'O, nouveau cru

COMMERCE L'enseigne, déjà présente au Passage-d'Agen, ouvre la semaine prochaine une nouvelle boutique dans le périmètre du Marché couvert

Christophe Massenot
c.massenot@sudouest.fr

Les cols blancs ont quitté les lieux. On s'y fournira bientôt en fioles de rouge. Mais pas seulement. « À partir de la fin de semaine », suggère Jean-Paul Boulet, contraint de compléter sa prévision de cette mention indispensable dans ce contexte sanitaire : « si tout va bien ». Quarante-six années d'activités dans le vin n'ont pas tari la soif de développement de ce chef d'entreprise sur le point d'ouvrir en centre-ville d'Agen, après celui du Passage, un second Vinissim'O. L'affaire se réalisera, comme souhaité dans le cahier des charges, près du Marché couvert, dans l'ancienne agence du Crédit agricole.

« Nous avions fait une première approche en 2015, en nous installant dans une boutique éphémère. Une expérience positive que nous n'avions pas pu alors prolonger… » Un quinquennat plus tard, Jean-Paul Boulet revient dans le cœur de ville investir 180 m² de surface commerciale. « Le double de notre magasin du Passage, mesure le caviste, où nous maintenons toujours notre activité. » Sa fille Marion et son fils Florent le secondent désormais dans ses affaires : « Nous sommes quatre dans l'entreprise avec Arnaud, notre sommelier. Je me donne encore deux ans avant de commencer à prendre du recul. »



La future boutique sera d'une surface de 180 m², soit le double de celle du Passage. PHOTO LOÏC DÉQUIER

Des vins d'artisans

À Agen, les Boulet vont transposer les recettes de ce succès déjà goûté sur la rive gauche de la Garonne : « Une belle gamme de spiritueux, des vins de propriétaires, des artisans de la viticulture. Notre offre en vin est à majorité en bio ou en biodynamie. Ce magasin sera aussi la vitrine des vignerons locaux et de la nouvelle génération de distillateurs. Nous proposerons des produits singuliers, des grandes marques ainsi qu'un rayon dédié aux bières artisanales. »

Un peu moins du millier de références sera à la vente dans ce local à l'esthétique alliant la modernité des matériaux et le cachet de la briquette aux murs. « Franchement ? Il est parfait pour notre activité », savoure Jean-Paul Boulet, qui se définit plutôt dans le sillage de Baesa que comme concurrent du caviste Nicolas. « Nous arrivons avec une gamme différente. Nous espérons que nous pourrons ouvrir rapidement car dans notre activité également, la fin d'année est importante. »

Chez Nicolas, dites aussi Lionel

De Paris à Agen il y a de la distance. Certes. Mais aussi la promesse d'une certaine tranquillité dans l'exercice de sa profession. Un élément majeur dans le choix de Lionel Moreau de rejoindre la capitale de Lot-et-Garonne où il gère, depuis la fin de l'été, la cave Nicolas du Marché couvert. Ancien étudiant dans l'infographie 3D à Toulouse, le commerçant a versé dans le métier de caviste au gré des circonstances. « Je travaillais dans un salon de thé. La gérante a fait l'acquisition d'une cave qu'elle m'a demandé de prendre en main. Je me suis engagé avec peu de connaissances sur les vins… », confesse-t-il. Mais depuis 2014, si l'eau a coulé sous le pont, il en va de même pour le vin dans les carafes. Lionel Moreau s'est blanchi sous le harnais. Et ses dispositions pour ce métier lui ont permis de sortir de la formation Nicolas avec un total de 98 points sur 100 au test final. Un gage pour le néo-Agenais qui se considère toujours « en phase d'observation de ce quartier pour savoir comment il bouge et évolue ». Et affiner peut-être les propositions de sa boutique. « Chaque caviste a ses produits phares. En vins comme en spiritueux, un rayon que j'entends bien développer ici, où je suis heureux d'être arrivé. J'imaginais dans un premier temps prendre un magasin sur Toulouse, mais quand j'ai su que celui-ci se libérait, je n'ai pas hésité. »

Tous droits réservés à l'éditeur

Date : 13/11/2020
Heure : 14:41:49

www.sudouest.fr
Pays : France
Dynamisme : 153

Visualiser l'article

Chez Nicolas, dites aussi Lionel

Un élément majeur dans le choix de Lionel Moreau de rejoindre la capitale de Lot-et-Garonne où il gère, depuis la fin de l'été, la cave Nicolas du Marché couvert. Ancien étudiant dans l'infographie 3D à Toulouse, le commerçant a versé dans le métier de caviste au gré des circonstances. « Je travaillais dans un salon de thé. La gérante a fait l'acquisition d'une cave qu'elle m'a demandé de prendre en main. Je me suis engagé avec peu de connaissances sur les vins… », confesse-t-il. Mais depuis 2014, si l'eau a coulé sous le pont, il en va de même pour le vin dans les carafes. Lionel Moreau s'est blanchi sous le harnais. Et ses dispositions pour ce métier lui ont permis de sortir de la formation Nicolas avec un total de 98 points sur 100 au test final. Un gage pour le néo-Agenais qui se considère toujours « en phase d'observation de ce quartier pour savoir comment il bouge et évolue ». Et affiner peut-être les propositions de sa boutique. « Chaque caviste a ses produits phares. En vins comme en spiritueux, un rayon que j'entends bien développer ici, où je suis heureux d'être arrivé. J'imaginais dans un premier temps prendre un magasin sur Toulouse, mais quand j'ai su que celui-ci se libérait, je n'ai pas hésité. »

0_15vAvCx_fEXvxRyUwirKpGX3JHXvrF9Cg_oqQcFl79sTavbaR9ZeKROFwbqbjEz1_4Vc58Wfo5TgSVr6dYsHQZjcz

Tous droits réservés à l'éditeur





VIE DES RÉSEAUX

NICOLAS OUVRE UN MAGASIN FRANCHISÉ À BORDEAUX ET VISE 200 NOUVELLES IMPLANTATIONS

Le réseau Nicolas a ouvert un nouveau magasin en franchise dans le centre commercial Aushopping de Bordeaux Lac. Nicolas, qui revendique 10% de parts de marché avec 558 magasins en France et à l'étranger, vise l'ouverture de 200 points de vente franchisés dans les villes moyennes d'ici 3 ans. ■ *F.N.*



Tous droits réservés à l'éditeur