



NICOLAS
DEPUIS 1822



COMMUNIQUE DE PRESSE
Le 28 mars 2022

Nicolas est élu Marque Préférée des Français dans la catégorie Cavistes

Nicolas, qui fête en 2022 ses 200 ans, est élu Marque Préférée des Français dans la catégorie Cavistes. Avec 574 caves en France et à l'étranger, Nicolas revendique son caractère familial, transgénérationnel et proche de ses clients. La marque semble régner en maître dans sa catégorie et dans le cœur des Français : elle a gravi sans peine la 1^{ère} place du podium, après une étude réalisée du 16 au 18 février 2022 sur le panel d'OpinionWay, auprès d'un échantillon représentatif de 1031 personnes de la population française de 18 ans et plus.

« Cette distinction résume parfaitement nos 200 ans d'histoire. Nous sommes reconnaissants envers les générations précédentes qui, l'une après l'autre, ont bâti cette maison. Nicolas fait aujourd'hui partie du quotidien des Français. Peu d'entreprises peuvent revendiquer 200 ans d'existence, avec une telle stabilité et une telle empreinte auprès de leurs consommateurs », commente **Christopher Hermelin, Responsable Marketing et Communication** de Nicolas.

Nicolas fait partie du patrimoine français

En 1822, Louis Nicolas ouvre sa 1^{ère} cave au 53 rue Sainte-Anne, en plein Paris. L'innovation est dans l'ADN de l'entreprise, car c'est Nicolas qui a inventé et popularisé le vin en bouteilles, et s'est lancé ensuite dans la livraison à domicile en 1840.

La marque, rachetée en 1988 par le Groupe Castel Frères, reste une entreprise détenue par des capitaux 100% familiaux. Elle compte aujourd'hui 574 magasins dans le monde, 320 en Île-de-France et 163 dans Paris *intra muros*. Pour Christopher Hermelin, « Nicolas fait partie du paysage urbain, notamment parisien. Paris est une succession de petits villages, dans lesquels Nicolas est devenu un commerce de proximité incontournable ».

Les liens de la marque avec la culture sont également forts. De nombreux artistes ont mis leurs talents d'illustration au service de sa publicité, à commencer par Dransy qui a donné naissance au personnage Nectar en 1922, pour les 100 ans de l'enseigne.

L'**abus d'alcool** est dangereux pour la santé, à consommer avec modération

Des engagements forts pour ses clients

La marque a mis la qualité, la passion, et le partage au cœur de ses engagements. « *Beaucoup de nos clients nous disent : mon Grand-Père venait déjà chez Nicolas* », souligne Christopher Hermelin, révélant ainsi le caractère particulièrement fidèle des clients de la marque qui viennent chercher conseil auprès de leur caviste.

Avec une attention soignée portée aux meilleurs rapports qualité-prix, Nicolas veut désormais toucher davantage de femmes, et les jeunes, pour les éduquer vers de nouveaux horizons gustatifs. Nicolas a notamment diversifié son offre, avec un large éventail de champagnes, spiritueux (whiskies, rhums, vodkas) et, plus récemment, de bières avec une gamme de craft beers. L'enseigne représente aujourd'hui 10% des parts de ce marché en France.

Devenir Marque Préférée des Français ... comme une évidence !

Depuis 2015, Marque Préférée des Français est une distinction qui récompense une marque synonyme de qualité et représentative d'un niveau de recommandation par les consommateurs. Elle repose sur des études menées sur les panels d'instituts externes qui comparent l'ensemble des marques au sein d'un secteur afin d'identifier la marque élue par les consommateurs.

A l'issue des résultats de l'étude sectorielle, une seule marque est élue pour une durée de 2 ans, comme l'est aujourd'hui Nicolas : une place qui semble lui revenir naturellement.



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).

Pour en savoir plus : www.nicolas.com

Contacts presse Nicolas :

Marielle Brisson - marielle.brisson@omnicomprggroup.com

Ophélie Wachala - ophelie.wachala@omnicomprggroup.com



A propos de Marque Préférée des Français :

Depuis 2015, la Marque Préférée des Français est une distinction qui récompense une marque d'un gage de qualité et d'un niveau de recommandation par les consommateurs Français. Basée sur des études réalisées par un institut de sondage externe qui compare toutes les marques existantes du marché, elle récompense la marque préférée des Français dans sa catégorie, c'est à dire la marque ayant le taux d'empathie le plus élevé du marché.

Pour en savoir plus : <https://marqueprefereedesfrancais.fr/>

Contact presse Marque Préférée des Français :

Marine Lévesque - marinelevesque@marquepreferee.fr + 33 (0)6 63 12 69 05

L'**abus d'alcool** est dangereux pour la santé, à consommer avec modération