

LA MAISON

NICOLAS

FÊTE SON BICENTENAIRE

200 ANS

[WWW.BICENTENAIRE.COM](http://WWW.BICENTENAIRE.COM)

*dossier de presse*



# Édito



**Peu d'entreprises peuvent revendiquer aujourd'hui 200 ans d'histoire.**

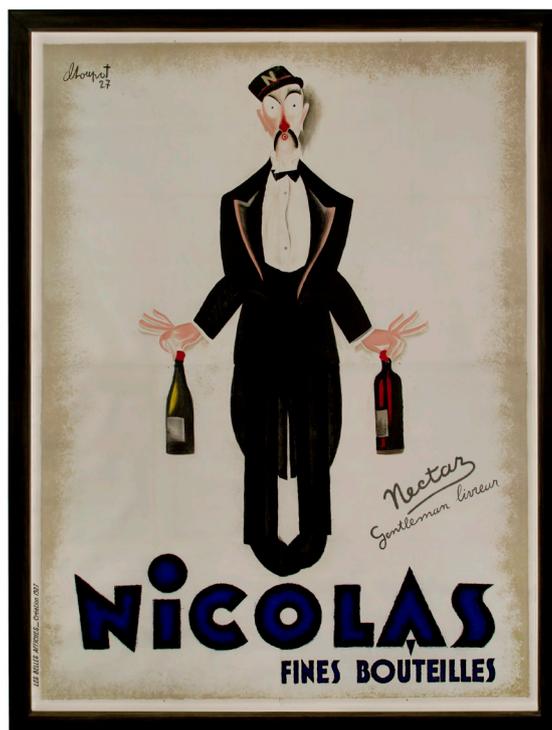
200 ans d'une histoire familiale, habitée par une passion et un même métier, celui de caviste, et façonnée par des générations de collaborateurs et de clients.

En tant que collaborateurs de Nicolas, il nous arrive fréquemment d'entendre au détour de conversations amicales : « Mon grand-père venait déjà chez vous ! » Ou encore : « Mon père a travaillé chez vous comme caviste ou encore à la plateforme, qui était à l'époque à Charenton ! »

Forte d'une relation de proximité tissée au fil des décennies avec les Françaises et Français, **la Maison Nicolas est rapidement devenue un élément incontournable du patrimoine et de l'art de vivre français.**

Tout commença avec un visionnaire, Louis Nicolas, qui imagine et développe le métier de caviste au début du XIX<sup>e</sup> siècle avec une idée qui révolutionnera la consommation de vin des Français : la mise en bouteille. Son fils, Étienne Nicolas, amoureux du vin et des arts, concilia ses deux passions en amenant des artistes de renom à collaborer avec l'en-

seigne : Dransy, Buffet et même Reiser qui collabora avec Nicolas sous un nom d'emprunt. De nombreux architectes de renom ont depuis contribué à inscrire Nicolas dans le patrimoine parisien en imaginant des aménagements de boutiques somptueuses, à l'image de la cave



Charles Loupot, Nectar Gentleman Libreur (1927)

du 15, rue de Buci à Paris, et des façades exceptionnelles comme celles des caves du 19, rue Saint-Antoine ou du 4, rue Saint-Louis en l'Île.

Nous sommes les héritiers des hommes et des femmes qui ont façonné l'enseigne Nicolas.

Nous avons un devoir de transmission aux générations futures, au même titre que nos prédécesseurs qui, pendant deux siècles, ont collaboré avec la filière viticole pour prendre soin de nos vins, de vos vins et contribuer au rayonnement de la France à l'international.

En cette année exceptionnelle, je souhaite à Nicolas mais aussi à tous ses clients, ses partenaires et collaborateurs un merveilleux anniversaire, sans oublier notre personnage iconique Nectar qui fête de son côté ses 100 bougies.

Bon anniversaire à tous !

**Christopher Hermelin**

En charge de la communication et du marketing chez Nicolas

[chermelin@nicolas.com](mailto:chermelin@nicolas.com)



**Nicolas est une histoire familiale façonnée par des générations de cavistes et de clients, réunis par une même passion.**

# Sommaire

1

200 ans de passion  
et de partage autour des vins

*Page 4*

2

Une maison historique  
qui fait évoluer son offre  
au gré des envies de ses clients

*Page 9*

3

L'art chez Nicolas,  
toute une histoire

*Page 12*

4

200 ans de design vus  
à travers les caves Nicolas

*Page 17*

5

506 caves Nicolas en France  
et une expertise qui s'exporte  
dans le monde entier

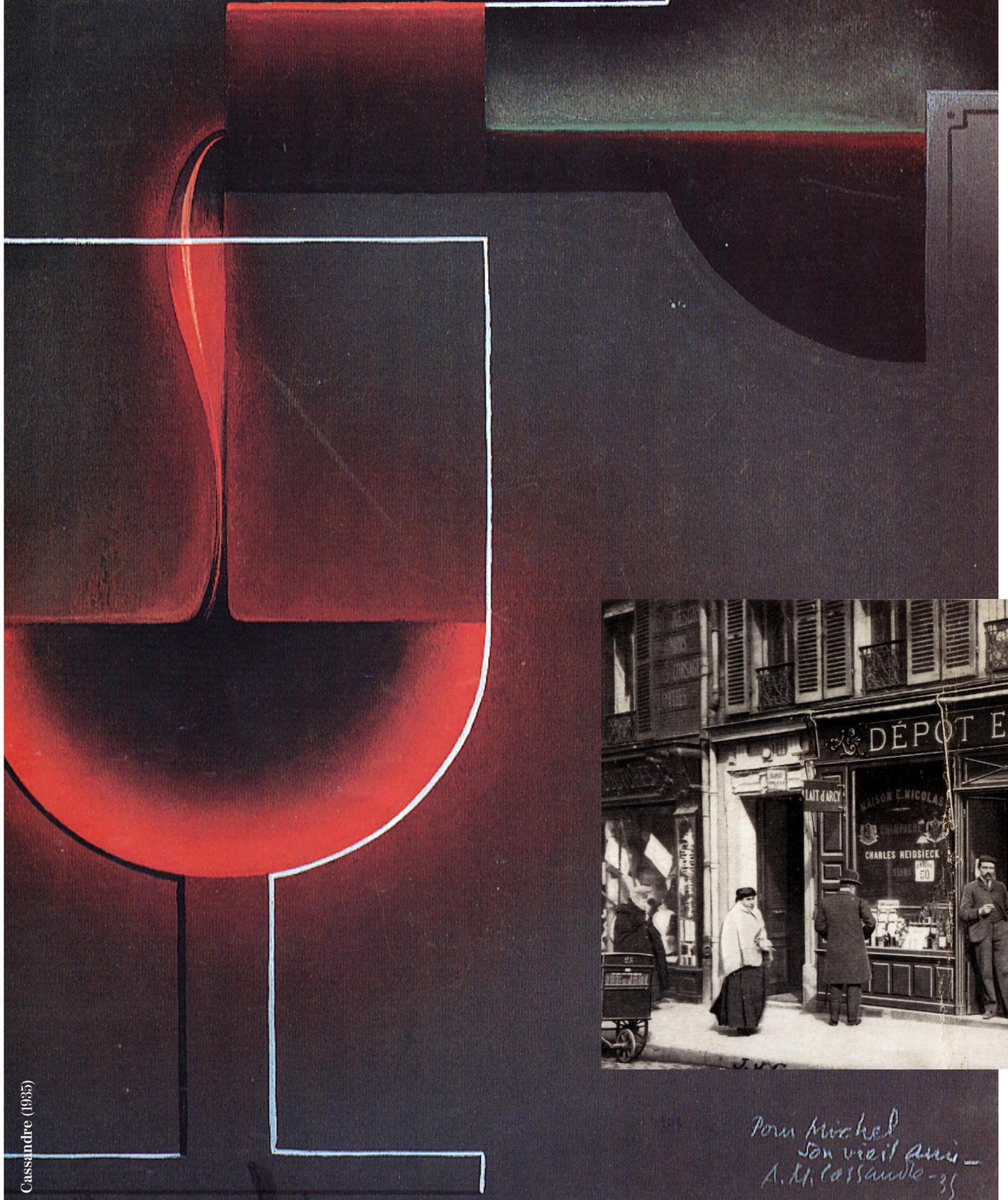
*Page 19*

6

L'engagement, le partage  
et l'innovation : les clés de la  
Maison Nicolas pour l'avenir

*Page 21*

# 1 200 ANS DE PASSION ET DE PARTAGE AUTOUR DES VINS



*Pour Michel  
son vieil ami -  
A. M. Cassandre - 35*

Cassandre (1935)

# Depuis 200 ans, Nicolas prend soin de vos vins

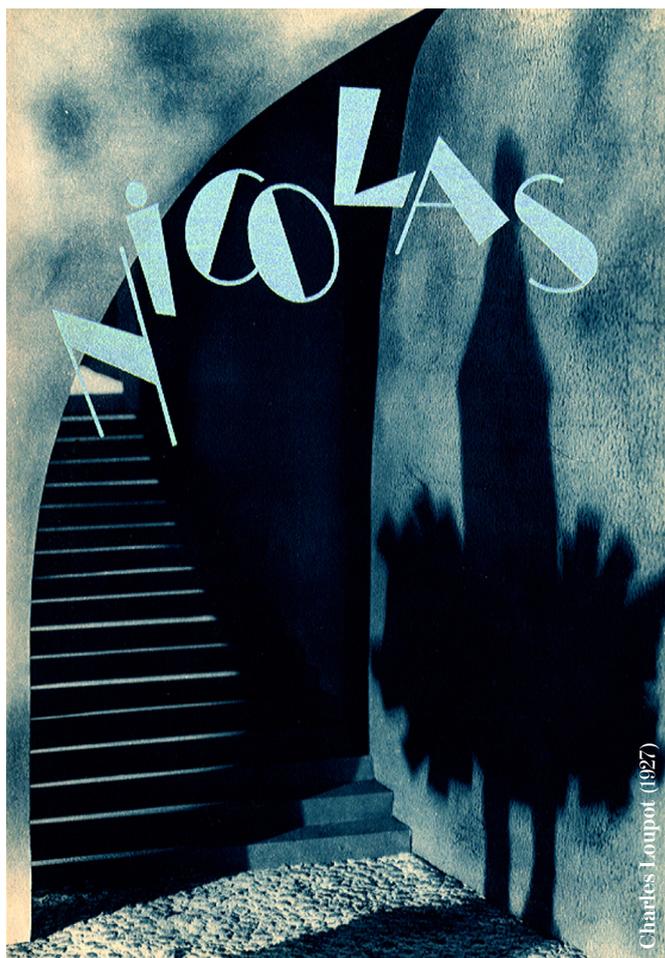
Tout commence en 1822 quand Louis Nicolas établit sa première boutique rue Sainte-Anne, à Paris. À l'époque où le vin se buvait sur place ou s'achetait en tonneau, Louis Nicolas a une idée qui va changer les habitudes des Français : vendre le vin en bouteille.

La Maison Nicolas est alors fondée avec l'ouverture d'une boutique et de trois dépôts à Paris. Ce sont les prémices d'une grande aventure humaine et familiale.

Avec ce concept révolutionnaire du vin en bouteille, la Maison Nicolas devient le garant d'une qualité de vin supérieure vendu à un prix raisonnable et dont l'origine est tracée.

En 1840, Louis Nicolas met en place la livraison à domicile qui marque un nouveau tournant : le vin fait véritablement son entrée dans le foyer des Français grâce à l'offre de la Maison Nicolas.

Depuis 1898, date à laquelle Louis Nicolas confie l'entreprise à son fils Étienne, jusqu'à aujourd'hui, Nicolas n'a cessé d'évoluer et ne cesse, encore aujourd'hui, de se réinventer.



Charles Loupot (1927)



# Quelques dates clés

1822

Louis Nicolas ouvre sa première boutique rue Sainte-Anne, à Paris.

1898

Étienne Nicolas, le fils, prend la tête de la maison.

1926

Étienne Nicolas demande à l'architecte Pierre Patout de concevoir un modèle nouveau de magasin, en rupture avec tout ce qui précède, résolument moderne. Le matériau employé est dénommé LAP (ciment coloré).

1955

Nicolas dépose à l'INPI la bouteille de 100 cl, qui inspira les bouteilles que nous connaissons aujourd'hui.

1970

Nicolas, toujours proche de ses partenaires et soucieux de la constante qualité du produit, les incite à procéder à la mise en bouteille à la propriété.

1981

Nicolas organise la première Foire aux Champagnes à l'occasion de la Saint-Nicolas.

1840

Nicolas invente la livraison de vin à domicile.

1922

Nicolas, sous la plume de Dransy, donne naissance à Nectar, le célèbre livreur aux 32 bouteilles, qui sera repris et réinterprété par de nombreux grands artistes.

1937

Nicolas participe à l'Exposition Universelle : affichage massif sur les meilleurs emplacements des palissades extérieures de l'exposition, projection du film publicitaire « La Belle au bois dormant » d'Alexeïeff, présence d'une fresque de Dubois dont Nectar est le personnage central.

1966

Nicolas est le premier à proposer le Beaujolais nouveau à grande échelle (400 HL).

1972

Nicolas fête ses 150 ans avec une exposition au Palais de Tokyo et une prestigieuse vente aux enchères publiques de grands crus est organisée au profit du Comité français pour la sauvegarde de Venise à l'espace Cardin (vente organisée simultanément à Londres et New York).

# 1988

Nicolas propose le vin au frais, sans frais supplémentaires, avec l'entrée des réfrigérateurs en magasin.

# 2000

Nicolas devient le pionnier de la vente de vins en ligne avec l'ouverture de son site Internet marchand.

# 2008

Les vins bio font leur entrée dans les rayons des caves Nicolas.

# 2014

Nicolas installe une vinothèque dans ses magasins, un superbe écrin pour les nectars les plus prestigieux.

# 2016

Nicolas lance le salon « Les Vinissimes », un événement unique de dégustation et de vente de vins prestigieux.

# 2016

Nicolas met en place un service d'e-réservation, permettant au client de réserver la bouteille de son choix (déjà fraîche ou en paquet cadeau) dans son magasin préféré, conseils et services du caviste inclus.

# 1998

Nicolas inaugure son concept de bar à vins à Paris, un lieu d'expérience où accords mets et vins sont célébrés (place de la Madeleine, repensé en 2013, et Bercy Village).

# 2007

Nicolas remporte le 1<sup>er</sup> prix des meilleurs sites français de vente de vins en ligne aux trophées de la e-performance.

# 2013

Nicolas met en place la collecte des bouchons de liège dans tous ses magasins pour la plantation de chênes lièges dans les Pyrénées-Orientales.

# 2014

Nicolas collabore avec le designer Arnaud Lapière pour la création des Nectars, trophées récompensant les meilleurs cavistes.

# 2016

Nicolas renoue avec sa tradition des catalogues de fines bouteilles et édite la Vinothèque, catalogue de vins d'exception.

# 2018

La consigne fait son retour chez Nicolas pour 20 000 bouteilles de Côtes du Rhone Villages bio.

# 2020

Frappé par la pandémie, Nicolas met au point un plan de sécurité strict permettant aux caves du réseau de rouvrir dès le 1<sup>er</sup> avril en garantissant une sécurité absolue aux clients et aux cavistes.

# 2019

Nicolas lance un nouveau concept de magasins dédié à la bière artisanale, Craft Beers & Cie, avec une première boutique à Saint-Cloud.

# 2022

Nicolas fête son bicentenaire et s'associe à des illustrateurs indépendants pour revisiter Nectar, son personnage emblématique.

## Nicolas conseille plus de 21 000 clients chaque jour

Depuis toujours, le conseil est un principe clé chez Nicolas. Toutefois, les cavistes n'ont cessé de développer des outils et des services entièrement dédiés à leurs clients.

Être client Nicolas, c'est bénéficier des ventes privées, d'offres privilèges et d'invitations à des événements Nicolas en boutique, à des masterclass et à des salons.

La carte Privilège, la livraison, la personnalisation, l'e-réservation, les vins et champagnes au frais : tout est fait pour

que chacun se sente choyé chez Nicolas. Les cavistes ne cessent d'enrichir les différents services qu'ils proposent à leur clientèle, comme les fichiers recettes ou accords mets et vins, la mise à disposition de glaçons ou encore la détaxe à 14 % pour les étrangers.

Nicolas propose également la vente des vins en primeurs à ses clients, une prévente de grands crus classés et assimilés à l'année de la récolte alors que ces vins sont en cours d'élevage en barriques, la bouteille étant livrée deux ans plus tard à l'acheteur.

## 2 UNE MAISON HISTORIQUE QUI FAIT ÉVOLUER SON OFFRE AU GRÉ DES ENVIES DE SES CLIENTS



# 3 gammes emblématiques signées Nicolas

Au fil des décennies, l'offre de Nicolas n'a cessé de s'étoffer. Alliant partenariats centenaires et nouvelles découvertes, les caves Nicolas propose aujourd'hui l'offre la plus complète sur le marché, avec en moyenne **plus de 800 références dont 289 incontournables par magasin comprenant vins, champagnes, spiritueux et bières artisanales.**

En complément de ces nombreux partenariats avec de grandes maisons, Nicolas développe depuis 30 ans ses propres collections dont les assemblages sont réalisés par les œnologues de la Maison.

**Les Petites Récoltes Nicolas,  
une gamme qui fait la part belle  
aux terroirs et à la convivialité**

Une nouvelle fois pionnier en la matière, Nicolas a lancé ses Petites Récoltes en 1995, une gamme de Vins de Pays assemblée par les œnologues Nicolas. Proposées à des petits prix permettant à ses produits d'être accessibles au plus grand nombre, Les Petites Récoltes ont su devenir les vins de toutes les occasions. Pour célébrer les 25 ans de la gamme en 2020, Nicolas a revisité sa gamme désormais composée de 8 références soit 3 rosés, 3 blancs et 2 rouges, toutes labellisées IGP et HVE.

**Les Grumes, des Vins de France  
simples et légers**

Plus rondes et plus souples que ses cousines les Petites Récoltes, les Grumes sont arrivées en 2016 dans les caves Nicolas. Ces Vins de France se sont inspirés de l'ancien nom des grains de raisin de certains terroirs et se déclinent en 3 couleurs. Nicolas a, une fois de plus, révolutionné le marché en relançant des Vins de France de qualité.

**La CUB.Collection remet à l'honneur  
le vin en Bag in Box®**

Les Cub.Collection de Nicolas sont, à l'instar des Petites Récoltes, des vins pour toutes les occasions. Au-delà du vin de table ou du quotidien, ces CUB se transportent facilement, conservent le vin plus longtemps que celui en bouteille et sont particulièrement pratiques lors des moments de vie conviviaux (apéro, barbecue, pique-nique), puisqu'il n'y a pas besoin de tire-bouchon et qu'ils peuvent être consommés au gré des envies !

Avec cette nouvelle gamme entièrement revisitée en 2021, Nicolas renouvelle l'attrait des vins du quotidien (Vin de France et Indication Géographique Protégée), le tout, à des prix accessibles. Cette nouvelle gamme valorise également l'ambition de Nicolas pour des vins engagés avec l'ensemble de la CUB.Collection labellisée HVE et des appellations IGP et AOP.



# 3 L'ART CHEZ NICOLAS, TOUTE UNE HISTOIRE

Cassandre, *Inquiétude* (1935)

I N Q U I E T U D E

# 100 ans de collaboration avec des illustrateurs de renom

## Aux origines de Nectar, livreur de vins emblématique de la Maison Nicolas

La notoriété de Nicolas s'est affirmée grâce à une communication publicitaire intense, notamment en affichage avec l'apparition de Nectar en 1922, à l'occasion du centenaire de Nicolas. Né du crayon de Dransy et inspiré d'un livreur de la maison nommé Le Paven, le frêle livreur moustachu aux yeux en soucoupe, chargé de bouteilles dans chaque main, connu un succès populaire immédiat et indiscuté.

Devenu l'emblème incontesté de la Maison Nicolas, les studios Draeger donneront chaque année à Nectar un nouvel aspect, et cela pendant plus de cinquante ans.

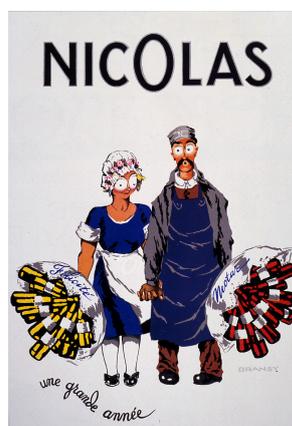
## Nectar inspire l'avant-garde graphique

Passionné par l'évolution des beaux-arts, Étienne Nicolas suit son intuition et fait appel à l'avant-garde graphique de sa génération, comme Charles Loupot dès 1927. Le livreur aux vingt-quatre bouteilles fait alors le tour du monde. Les grands affichistes de l'entre-deux-guerres s'en emparent aussi, comme Iribe, Cassandre et même Brunhoff qui, un instant, délaisse son enfant, le petit éléphant Babar, pour le célèbre livreur.

Très vite, et pour la plus grande joie du public, son « rejeton » Glou-Glou et sa compagne Félicité apparaissent à ses côtés. Félicité aura la charge de la promotion des vins fins.



Dransy. Illustration (1922)



Dransy. Félicité et Nectar (1930)



Dransy. Nectar et Glou-Glou (1932)



190<sup>e</sup>  
ANNIVERSAIRE  
DE NICOLAS  
1822 - 2012

Les bons faiseurs (2012)

# 3 artistes de talent revisitent l'image de Nectar en 2022

En 100 ans d'existence, Nectar n'a jamais cessé de se moderniser à l'aube d'une société qui change. À l'occasion du bicentenaire de la Maison Nicolas, trois talentueux artistes indépendants, Alice Des, Mathieu Persan et Alice Wietzel

réinterprètent l'icône livreur inventé par Dransy. Pour la première fois de son histoire, Nectar s'affiche sous des traits féminins.

## #1 Alice Des



**Artiste indépendante de 30 ans.**

Dans son travail à la ligne claire, aux jeux de textures et aux contrastes marqués, le corps de la femme occupe toujours une place centrale. Sa réinterprétation de Nectar témoigne de sa virtuosité à puiser dans des esthétiques vintage pour les réinsuffler dans des sujets modernes.



# #2

## Mathieu Persan

Illustrateur indépendant de 43 ans.

Sa figure de Nectar au féminin dans son univers art déco est tournée vers l'avenir, à l'image de son regard. Moderne, indépendante et experte, cette représentation embrasse les évolutions du métier de caviste.



# #3

## Alice Wietzel



Illustratrice indépendante de 31 ans.

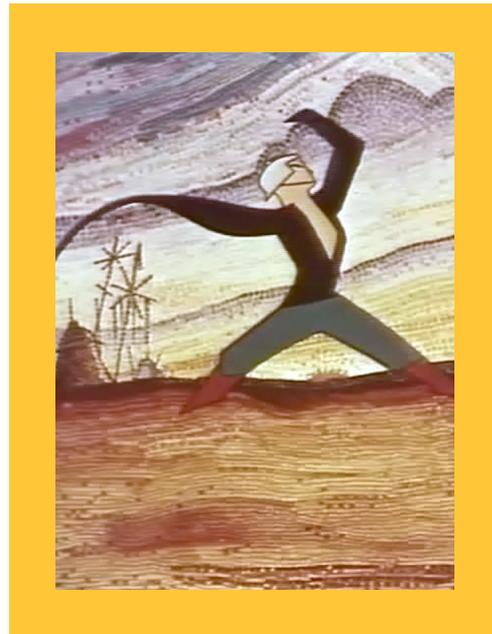
À travers des formes tout en douceur et en tons tendres, son travail explore les thématiques de la féminité, de l'intersectionnalité et de l'écoféminisme, en ayant toujours à cœur de susciter de la tendresse chez quiconque observe ses images.

# Nicolas et le cinéma : une relation florissante déjà centenaire

Dès les années 1920, Étienne Nicolas commença à commander de courts films muets publicitaires, le plus souvent réalisés par Robert Lortac, pionnier du dessin animé. En janvier 1931 ces petits films passaient dans quarante salles de cinéma à Paris.

Après l'arrivée du cinéma parlant, de courts films sonores intitulés « petits sketches » sont apparus, mettant en scène un petit Nectar en bouchon.

Aujourd'hui encore, Nicolas reste proche du cinéma, et notamment des aventures du Petit Nicolas depuis les premières BD du petit héros. Lorsque Goscinny et Sempé doivent nommer leur petit personnage, Sempé aperçoit une publicité du célèbre caviste sur un bus et choisit de l'appeler Nicolas. Une histoire qui dure depuis maintenant plusieurs décennies puisque la Maison Nicolas a soutenu en 2021 le retour sur grand écran du Petit Nicolas, avec le film *Le Trésor du Petit Nicolas*.



Affiche du film *Le Trésor du Petit Nicolas*, sortie en 2021.

# 4 200 ANS DE DESIGN VUS À TRAVERS LES CAVES NICOLAS



L'une des forces de la Maison Nicolas est son implantation au cœur des villes à travers toute la France. C'est en 1822 que les premiers magasins Nicolas ont ouvert leurs portes en plein centre de Paris. La Maison Nicolas comptait à cette époque une boutique principale au 53, rue Sainte-Anne et trois dépôts dans Paris, l'un place Saint-André-des-Arts, l'autre rue Montmartre et le troisième cloître Saint-Honoré.

Louis Nicolas et surtout son fils Étienne, qui lui succède en 1898, s'appliquent à donner à leur commerce une allure supérieure. Les magasins doivent avoir l'air d'une « grande maison » : l'enseigne n'est plus un simple panneau peint mais une plaque de verre noire gravé de lettres d'or. Les vitrines sont plus largement ouvertes, la présentation des bouteilles est étudiée. Dans les quartiers les plus cossus, le dirigeant fait sublimer les façades de ses dépôts et opte alors pour le style Louis XVI dont c'est la grande époque. Il s'agit d'un premier sommet dans l'histoire architecturale de la Maison Nicolas.

Dans les années 1920, un vent de renouveau souffle sur la France. Étienne Nicolas est vivement impressionné à l'exposition des Arts Décoratifs de 1925 par la force et la nouveauté de ce qui s'offre à ses yeux. Dans la lignée des grands magasins de l'époque, il saute le pas et fait appel à Pierre Patout pour concevoir un nouveau modèle de magasins résolument moderne à la façade en LAP. Le matériau se révéla fragile face aux intempéries et fut rapidement remplacé par un matériau inédit lui aussi : la tôle en alliage d'aluminium martelé.

À un premier style Art Déco sans concession succèdent progressivement des modèles plus accueillants, baignés de lumière. Dans les années 1930, Pierre Patout propose un nouveau modèle de magasins particulièrement adapté aux petites surfaces et faisant la part belle aux ouvertures.

Dans les années 1950, la conception des vitrines change de façon radicale : le soubassement disparaît, de grandes surfaces en verre s'emparent de la façade. Le lettrage de Nicolas reste inchangé. La façade semble avoir disparu et avec elle la coupure entre extérieur et intérieur. La doctrine commerciale de l'époque veut en effet que la marchandise soit entièrement visible de la rue.

La période contemporaine, allant des années 1980 à aujourd'hui, suit le modèle établi à un élément près : l'ensemble des boutiques du réseau Nicolas adopte un revêtement de couleur lie de vin, puis bordeaux clair à partir de 2012.



**5 506 CAVES NICOLAS EN FRANCE  
ET UNE EXPERTISE QUI S'EXPORTE  
DANS LE MONDE ENTIER**



Nicolas compte déjà 506 magasins  
en France dont 312 en Île-de-France,  
170 à Paris et plus de 50 caves à l'étranger.

On retrouve ainsi de nombreuses caves Nicolas à travers le monde, dans les DROM-COM et à l'étranger :



Après 200 ans d'un développement principalement hexagonal,  
Nicolas souhaite accompagner le rayonnement de la culture française  
et faire partager sa vision et son expertise viti-vinicole au-delà de nos frontières  
en se développant vers la zone Amériques dans un futur proche.

## 6 L'ENGAGEMENT, LE PARTAGE ET ET L'INNOVATION : LES CLÉS DE LA MAISON NICOLAS POUR L'AVENIR

Cassandre (1936)



Entre tradition et modernisme, toujours à la recherche d'innovations pérennes, l'avenir de Nicolas restera celui d'une entreprise engagée, passionnée et animée par une volonté de partage avec ses clients, ses collaborateurs et tous ses partenaires.

Le futur de Nicolas s'inscrira également dans l'innovation et le lancement de nouveaux projets ambitieux à l'image de la création de Craft Beers & Cie, l'enseigne dédiée aux bières artisanales.

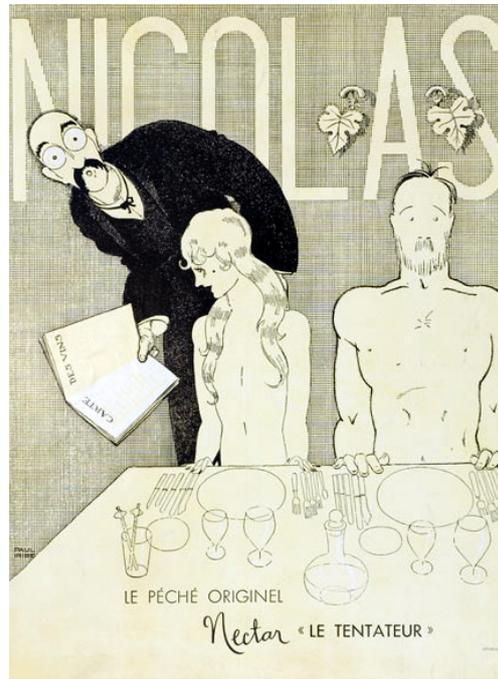
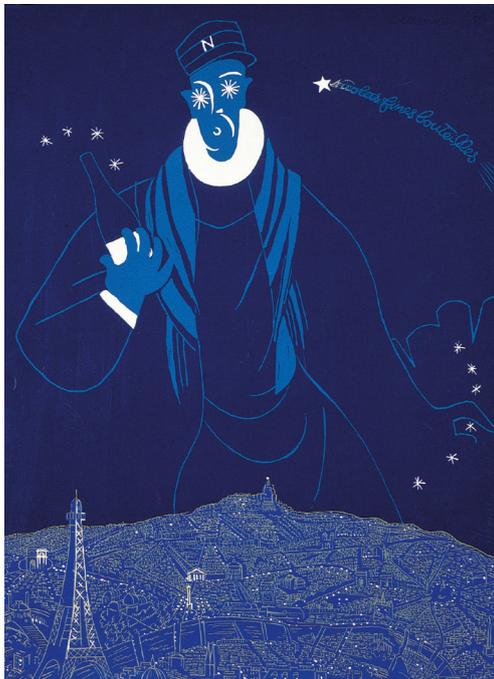
Consciente des enjeux climatiques auxquels notre société fait face, la Maison Nicolas accordera une importance particulière à la réduction de son empreinte carbone, notamment *via* l'initiative « Projet pour demain », lancée en 2022, permettant à des étudiants du supérieur et leur établissement de bénéficier d'un prix pour leurs travaux de recherche sur la réduction de l'empreinte carbone de Nicolas.

# À propos de la Maison Nicolas

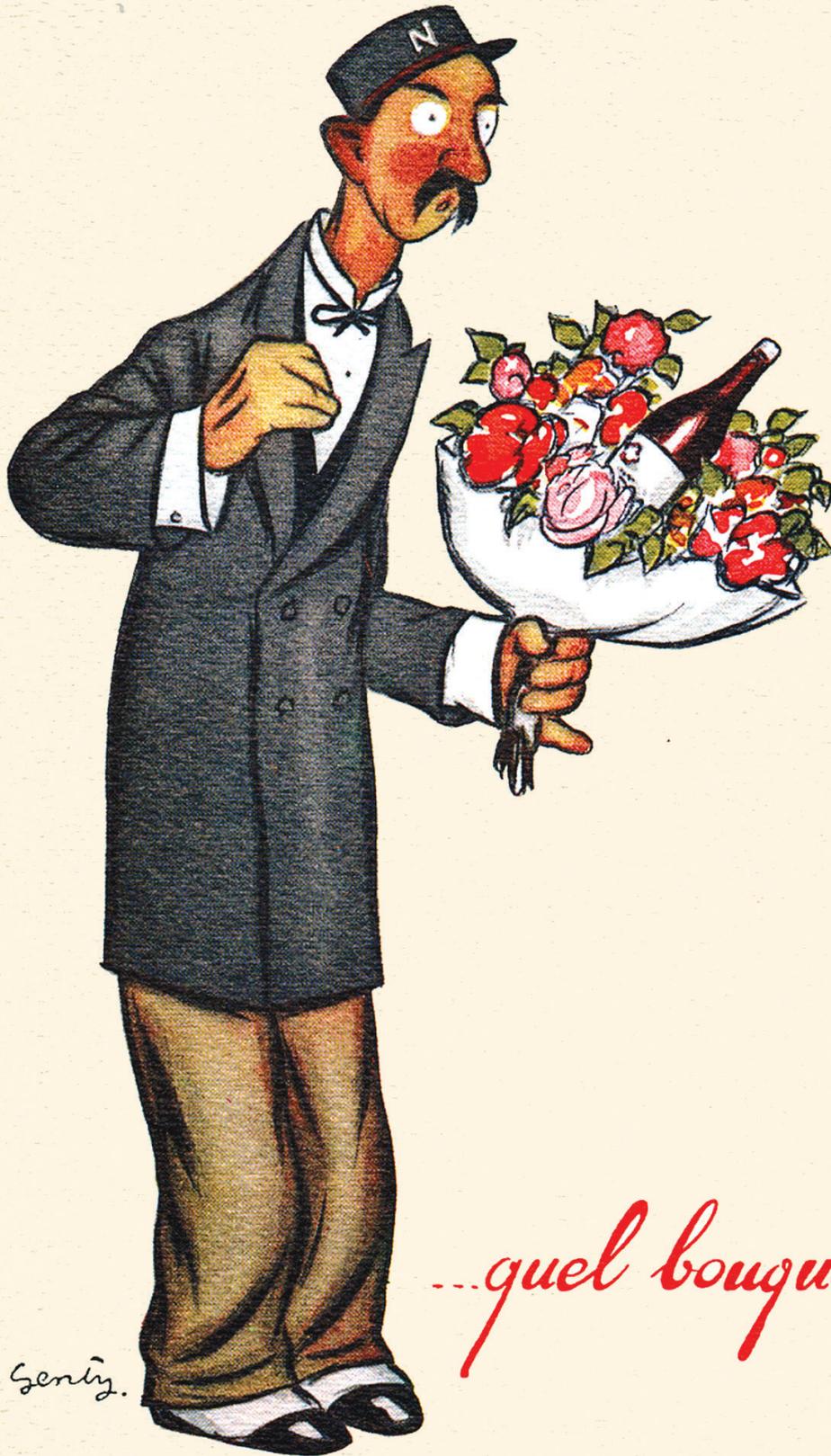
Créée en 1822, la Maison Nicolas fut à l'origine d'une innovation qui a révolutionné non seulement le secteur du vin mais également les habitudes de consommation : la vente de vin en bouteille ! Depuis 200 ans, la Maison Nicolas n'a eu de cesse d'innover pour répondre aux demandes de ses clients, du développement de marques telles que « Les Petites Récoltes » ou « Les Grumes », à la distribution de bouteilles fines en passant par les ventes de vins 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 11 pays et dans les DROM-COM, avec 506 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).

Charles Loupot (1931)



Paul Iribe. La Tentation (1930)



*...quel bouquet!!*

Ch. Genêt.

## Contacts presse

Marielle Brisson  
marielle.brisson@omnicomprgroup.com

Ophélie Wachala  
ophelie.wachala@omnicomprgroup.com



[www.nicolas.com](http://www.nicolas.com)



**L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.**

Nicolas, S.A. au capital de 1 921 152 € – 1, rue des Oliviers, 94320 Thiais – RCS Créteil B 312 066 238.