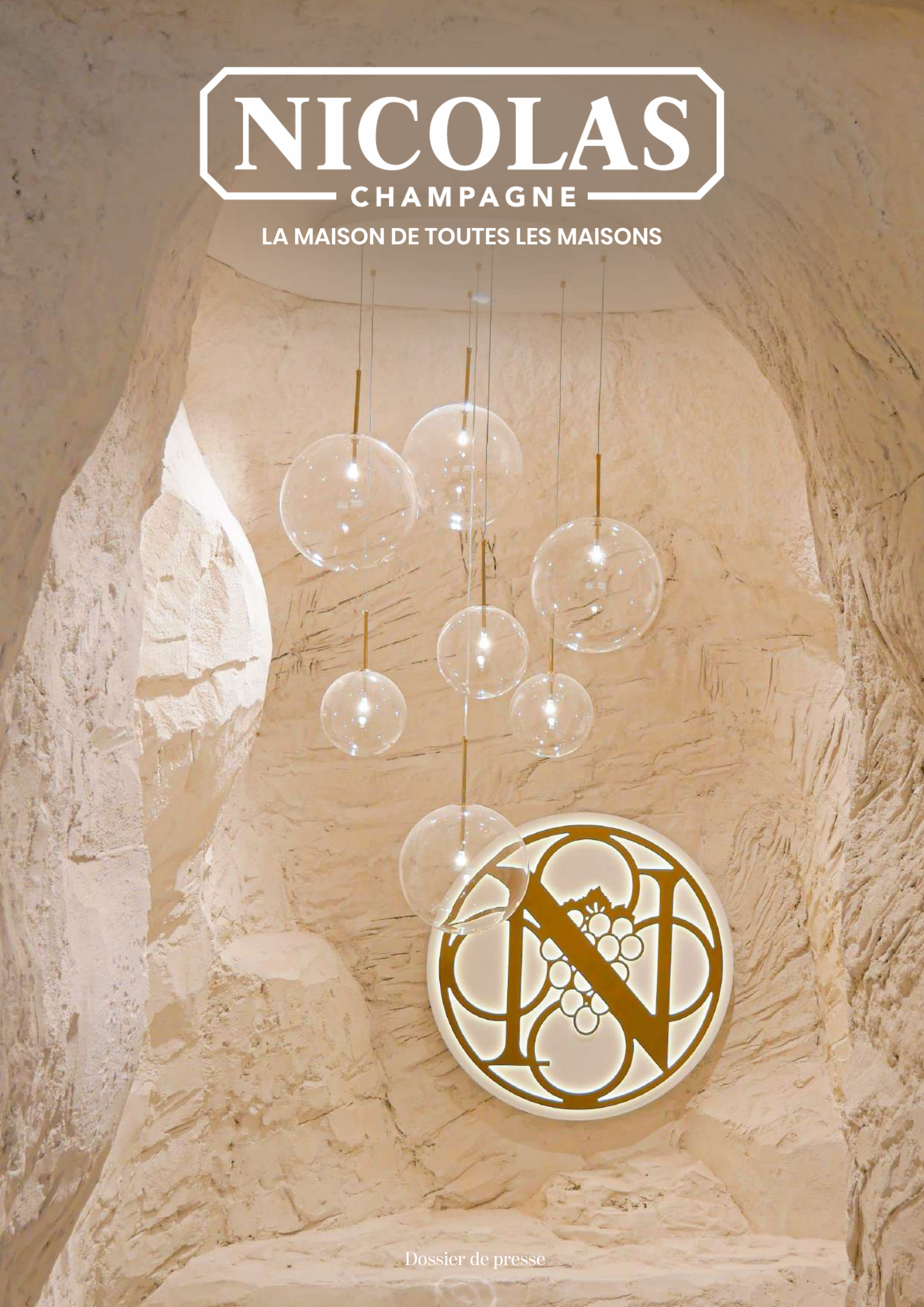
NICOLAS

CHAMPAGNE

LA MAISON DE TOUTES LES MAISONS



Dossier de presse

Édito
La maison de toutes les maisons

2022 est et aura été pour la maison Nicolas une année exceptionnelle à plus d'un titre.

Cette année est à la fois l'année de notre bicentenaire mais aussi une année d'innovations.

Le concept store Nicolas Champagne de la place de la Madeleine s'inscrit pleinement dans cette dynamique d'innovation.

Il illustre par ailleurs la relation de proximité et de complicité qui unie depuis 200 ans la maison Nicolas à la région champenoise.

Une complicité qui s'inscrit dans une démarche commune de valorisation et de promotion de l'art de vivre à la française.

Dans cet esprit, la maison Nicolas a souhaité incarner, plus que jamais, cette démarche de valorisation et de promotion de l'art de vivre à la française au travers de la création d'un lieu unique au cœur de la Ville Lumière. Un lieu moderne sans perdre pour autant de vue cette tradition viticole champenoise qui a largement contribué au rayonnement de la France dans le monde depuis des siècles.

Sommaire

Concept ..... p 4

Une expérience unique ..... p 5

Nicolas Champagne ..... p 6
la maison de toutes les maisons

Processus de sélection des produits..... p 8

Focus sur la cuvée 2002 Nicolas ..... p 8

La célébration de l'art ..... p 10

Point info : la cave de la Madeleine..... p 13

À propos de la maison Nicolas..... p 14

Contact presse..... p 15

Concept

Depuis 1822, la maison Nicolas n'a de cesse de se développer en marquant son identité et en occupant une place de renom dans l'univers du vin sur le territoire nationale et internationale. Aujourd'hui en 2022, Nicolas innove en maintenant au cœur de ses projets, la satisfaction de ses clients et partenaires.

C'est dans cette démarche que Nicolas Champagne a vu le jour. Implanté au 31 place de la Madeleine dans le VIIIème arrondissement de Paris, c'est un lieu qui se veut être une référence, un lieu de rencontre où amateurs de fines bulles, acheteurs et partenaires peuvent exprimer leur goût pour le champagne et profiter, tout au long de l'année, des 30 maisons de champagne exposées.

Plus qu'une boutique traditionnelle, on y trouve désormais un espace de dégustation et de réception imaginé pour partager des moments inédits et hors du commun afin de déguster seul ou accompagné, les plus belles bulles.

Un concept unique à la pointe de la technologie, mêlant à la fois physique et digital. La volonté de Nicolas Champagne est d'offrir aux visiteurs une expérience immersive, où le sentiment d'être dans la région champenoise est présent, le temps d'une escapade parisienne. Des dégustations avec les producteurs et des masterclass sont possibles pour les clients basés en province ou à l'étranger grâce au matériel installé pour suivre les visios

Une expérience unique

Nicolas Champagne, sublimé par des lignes douces et élégantes rappelant les codes d'une maison de luxe, offre aux marques la possibilité d'organiser des dégustations et des masterclass dans un cadre lumineux et en immersion dans le monde du champagne.

Animé par un caviste ou un ambassadeur de la marque, les dégustations dédiées sont tenues à des dates précises tout au long de l'année pour faire perdurer le plaisir.

La maison Nicolas accorde une réelle importance à l'expérience utilisateur et puisque celle-ci se veut être toujours personnalisée et unique, Nicolas champagne limite à 50 convives la participation aux différentes animations proposées pour toujours offrir un cadre privilégié et optimal à l'échange.

Parce qu'aujourd'hui Nicolas Champagne est « La maison de toutes les maisons », toutes les marques pourront bénéficier lors des évènements organisés sur le lieu, de l'expertise de Nicolas en termes d'accompagnement et conseil, ADN de la maison.

Nicolas Champagne,
La maison de toutes les maisons

Situé au 1er étage de la cave Nicolas de la Madeleine, c'est dans une ambiance minimaliste, avec un choix de matériaux d'excellence et du mobilier de qualité que s'inscrit cet écrin dédié au champagne.

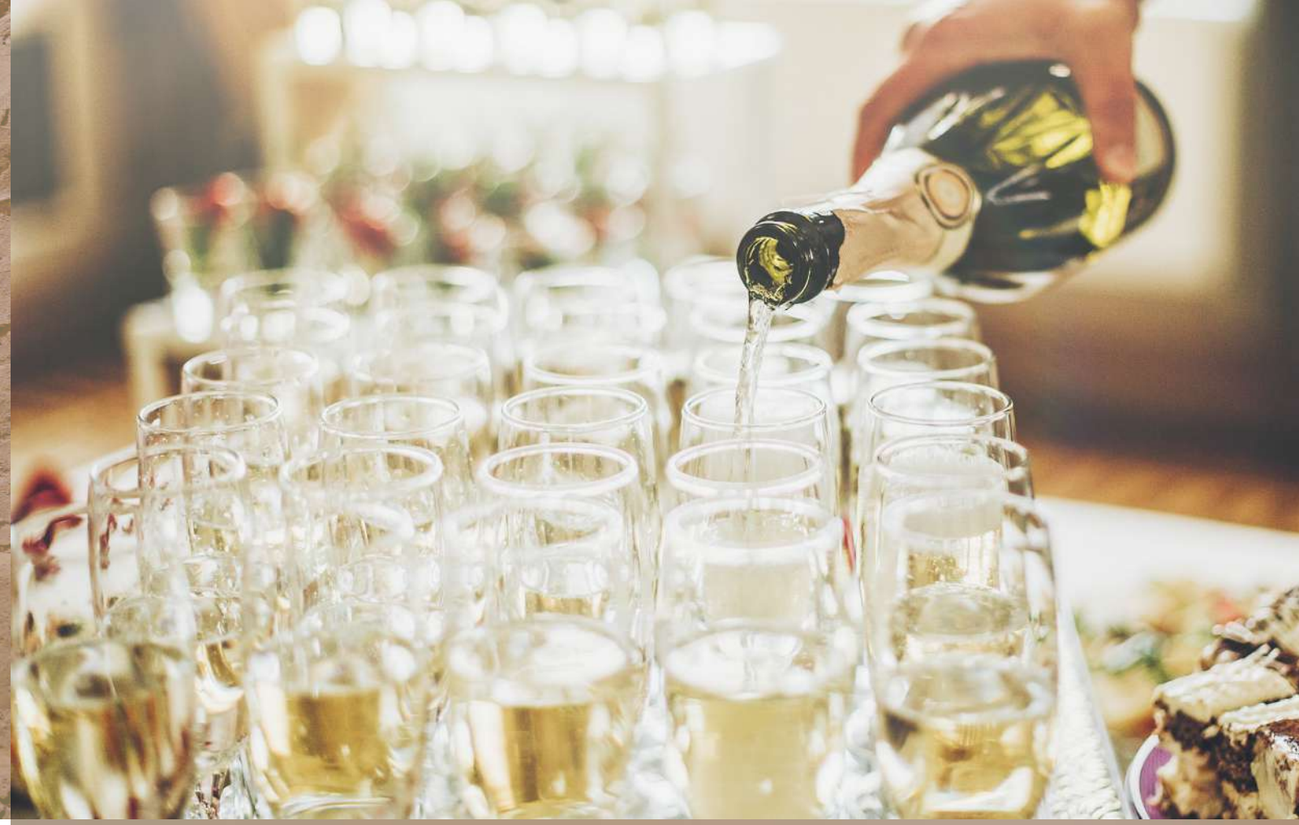
À l'arrivée, une allée inspirée des crayères champenoises mène les clients au niveau supérieur. Le logo Nicolas Champagne et celui spécialement conçu pour le champagne y sont soigneusement placés.

Pour prolonger l'esprit de découverte et le sentiment d'être en pleine région champenoise à Paris, c'est une fois que les visiteurs atteignent le premier niveau, qu'ils découvrent les 30 maisons de champagne ainsi que toutes leurs cuvées, exposées telle l'allée des champagnes à Reims.

C'est au total 115 cuvées qui sont disposées sur les murs, toutes réparties sous protection et sous cloche, par espace d'exposition pour chaque partenaire pour rappeler les belles galeries d'exposition.

L'instalation de 3 écrans digitaux vient renforcer l'expérience visuelle de chaque visiteur. Cela a pour principal objectif d'offrir aux marques qui le souhaitent, une visibilité supplémentaire et éphémère à travers une présentation digitale. Également, cela offre la possibilité d'animer à distance des évènements pour les personnes qui se trouvent à l'étranger.

Nicolas a pour première volonté d'offrir des moments de partage et de qualité, et c'est dans ce contexte que l'espace dégustation a été conçu.



Processus de sélection des produits

La philosophie de sélection partenaires est présente à Nicolas Champagne.

L'ambition première de la maison Nicolas est de répondre au goût de notre clientèle exigeante et curieuse, la maison de toutes les maisons met en lumière 30 marques prestigieuses. Les plus grands noms, dont la renommée n'est plus à démontrer, y sont représentés. Le lieu se voulant être un lieu de référence pour le champagne, il ne sera pas rare de pouvoir aller à la rencontre visuelle et gustative d'une bouteille de Ruinart, Bollinger, Pommery ou Château Bligny.

Focus sur cuvée 2002 Nicolas, star du showroom

LA CUVÉE 2002 NICOLAS, star du showroom

Créé par les œnologues Nicolas à l'occasion du bicentenaire de la marque, la cuvée 200 ans s'appuie sur un grand millésime : l'année 2002.
Pour concevoir cette cuvée exceptionnelle, les œnologues Nicolas se sont associés à la coopérative Union Champagne, située à Avize, au cœur de la Côte des Blancs.

Union Champagne a une particularité : 95 % de ses adhérents sont vignerons dans les grands crus de blanc. Sa dénomination Blanc de Blancs correspond à la sélection d'un cépage blanc à 100 %, composée uniquement à partir de chardonnay, le cépage roi de la Champagne.

En optant pour un dosage à trois grammes de sucre par litre, ce champagne Nicolas Grand Cru est un extra brut qui permet de garder la fraîcheur, la finesse et l'élégance tout en soulignant le vieillissement du champagne, sans le masquer par un trop plein de sucrosité.

La célébration de l'art

Toujours très attaché à l'art, c'est depuis 1920 qu'Etienne Nicolas, successeur de Louis Nicolas le fondateur, collabore avec les plus grands affichistes de l'époque tels que Cassandre, Legrand, Hugo, Latour, Darcy, Orsi, Galanis ou encore Erickson.

En 1922, un an après la création de la maison, la rencontre avec le célèbre illustrateur Dransy donne naissance à Nectar livreur mascotte, personnage emblématique de la maison.

Adopté de tous, les dessinateurs se sont inspirés de l'invention de Dransy et Nectar fut réinventé à travers plusieurs affiches. Les œuvres proposés par Iribe, Cassandre et Brunhoff ont fait le tour du monde et il n'est aujourd'hui pas rare d'associer Nicolas au vin ainsi qu'à la place que la maison accorde à l'art.

Afin de célébrer les 100 ans de Nectar, la maison a demandé à trois artistes de réinventer le célèbre livreur armé de seize bouteilles dans chaque main. Alice Des, Alice Wietzel et Mathieu Persan poursuivent l'histoire et ont donné naissance à un Nectar affichant des traits féminisés.

À l'occasion des 200 ans de Nicolas, la maison relance la tradition du XXème siècle : plusieurs œuvres des plus grands affichistes qui ont collaboré avec la maison Nicolas sont visibles dans tout Paris.

Et parce que Nicolas est fier de ses collaborations, Leona Rose, jeune artiste et peintre, prête ses talents durant les premières semaines d'ouverture et s'inspire de l'affiche emblématique de Cassandre pour habiller la façade de Nicolas Champagne.

Point info : la cave de la Madeleine

Situé au 31 place de la Madeleine, la cave de la Madeleine comporte 3 niveaux.

Au sous-sol, une vinothèque qui propose une multitude de vins légendaires regroupant vins fins et grands crus allant de 40€ à 5800€.

Au rez-de-chaussée, l'espace de vente traditionnel Nicolas dans lequel on trouve les références les plus classiques.

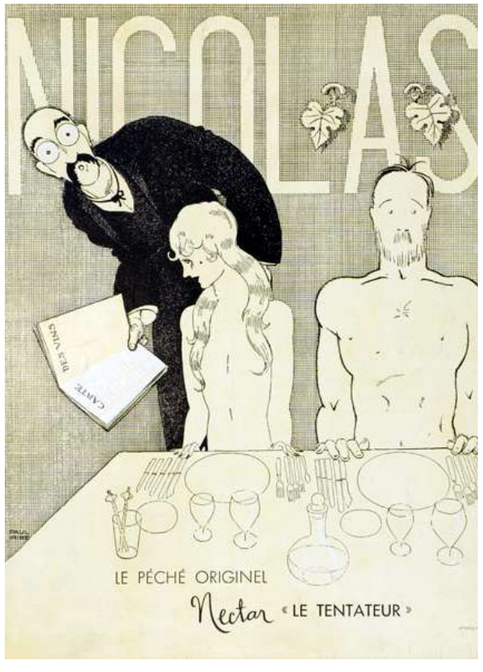
Au 1er étage, Nicolas Champagne expose et propose à la dégustation 30 maisons de champagne.

À propos de la Maison Nicolas

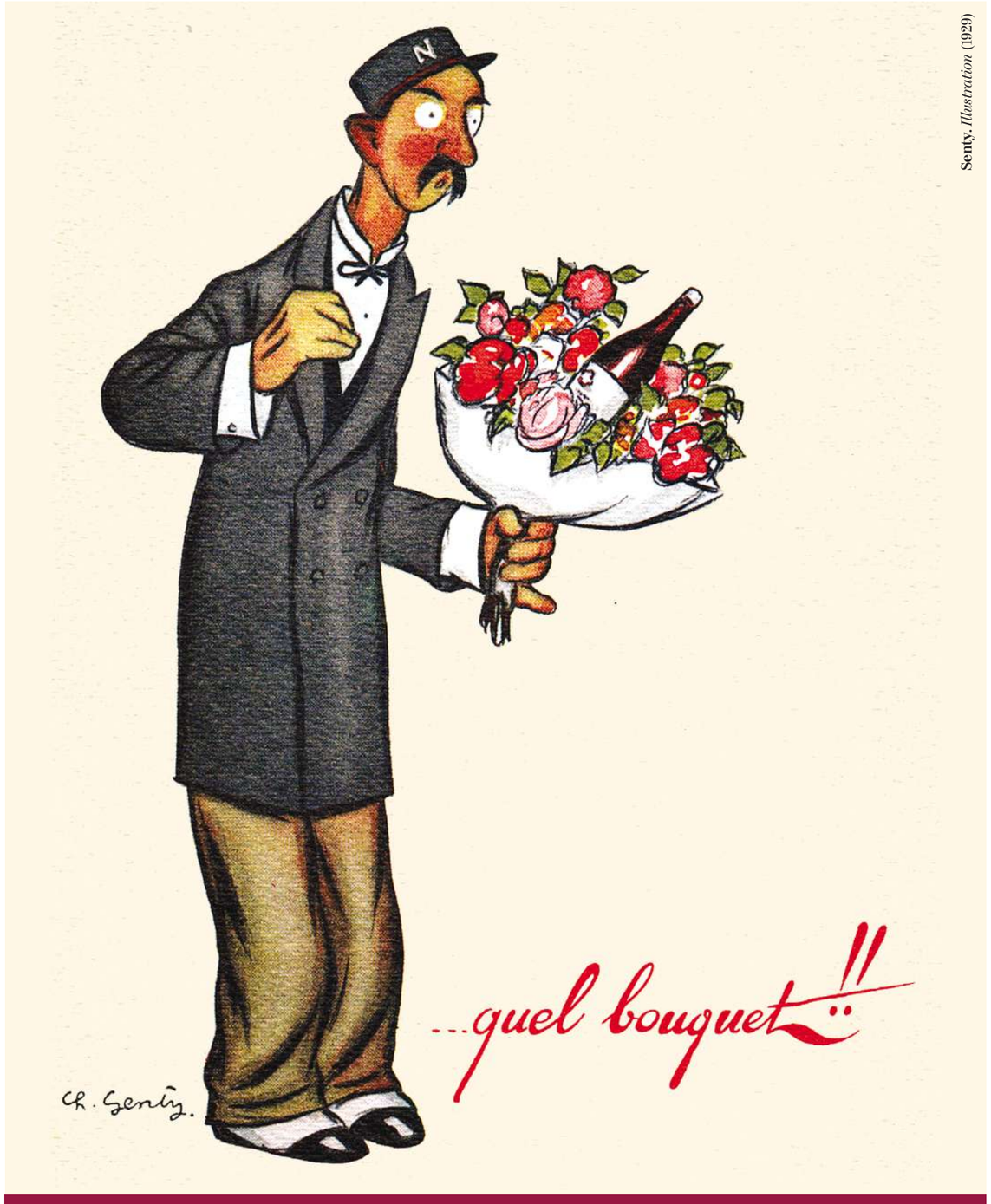
Créée en 1822, la maison Nicolas fut à l'origine d'une innovation qui a révolutionné non seulement le secteur du vin mais également les habitudes de consommation : la vente de vin en bouteille ! Depuis 200 ans, la maison Nicolas n'a eu de cesse d'innover pour répondre aux demandes de ses clients, du 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)



Genty. *Illustration* (1929)

Contacts presse

Riana ABRAHAM

rabraham@nicolas.com
01 41 73 81 17

NICOLAS
CHAMPAGNE

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.