NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

REVUE DE PRESSE NICOLAS

2022

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

REVUE DE PRESSE NICOLAS

JANVIER

Omnicom Public Relations Group

MAGASIN

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Web FRA

www.lyoncapitale.fr

Famille du média : **Médias régionaux (hors PQR)**
Audience : **552917**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

28 Janvier 2022
Journalistes : **Guillaume Lamy**
Nombre de mots : **2560**

Visualiser l'article

Une caviste lyonnaise récompensée à l'Elysée

© tim douet

La gérante de la cave Nicolas Victor Hugo, à Lyon (2), vient de se voir remettre le prix Rabelais des jeunes talents de la gastronomie.

Les récompenses pleuvent pour le vin à Lyon !

Après le trophée du "Meilleur gamay du monde" remis au viticulteur d'Odenas (Beaujolais) Nicolas Boudeau pour son brouilly "Pierreux" 2020, c'est au tour d'une jeune caviste de s'être distinguée lors d'un grand concours, national certes mais particulièrement relevé, organisé par la Confédération générale de l'alimentation en détail*.

* La Confédération générale de l'alimentation en détail représente 415 000 entreprises générant un chiffre d'affaires de plus de 115 milliards d'euros chaque année, 1,1 million d'actifs employés dans 18 métiers de l'artisanat, du commerce alimentaire de proximité et de l'hôtellerie-restauration.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Léa Perret, prix Rabelais des Jeunes Talents © Cedric-Doux.fr / Vikensi Communication / CGAD

Léa Perret, gérante de la boutique Nicolas Victor Hugo, dans le 2e arrondissement, a reçu, des mains du président de la République, le prix Rabelais des Jeunes Talents de la Gastronomie, dans la catégorie Cavistes qui récompense l'engagement et la passion pour ce métier.

Top 40 des meilleurs cavistes de France

Pour la petite histoire, en 2020, après sa participation au concours du Meilleur caviste de France où elle a terminé dans le top 40, le Syndicat des cavistes professionnels a proposé à Léa Perret de s'inscrire aux Trophées des Rabelais des jeunes talents de la gastronomie.

"Je garde un excellent souvenir de cette expérience. J'ai énormément de chance d'avoir pu participer aux Rabelais des Jeunes Talents de la gastronomie aux côtés de jeunes professionnels talentueux, de tous horizons. Je suis également fière d'avoir représenté les femmes de la profession et d'avoir obtenu cette récompense à seulement 26 ans."

Elle prendra prochainement le poste de cogérante de la boutique Nicolas Jacobins, en Presqu'Ile.

Le trophée Rabelais des jeunes Talents de la gastronomie permet de mettre à l'honneur une trentaine de jeunes professionnels talentueux dans différents domaines (boucher, boulanger, brasseur, charcutier-traiteur, chocolatier, épicier, crémier-fromager, cuisinier-serveur, glacier, pâtissier, poissonnier, primeur et restaurateur) et de célébrer des jeunes au talent prometteur qui

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

cultivent l'excellence à la française et s'épanouissent dans leur métier, mêlant innovation et tradition.

CASTELNICOLAS2 - CISION 359845391

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

CORPORATE

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

Famille du média : **PQN**
(Quotidiens nationaux)
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **940000**
Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **04 janvier 2022**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **1291**

VOUS

LONELY PLANET

Depuis 50 ans, les touristes ont la tête dans le guide

Vendu à 120 millions d'exemplaires depuis son lancement, le célèbre compagnon de voyage est né des pérégrinations d'un couple dans le Sud-Est asiatique en 1972. Il est aujourd'hui l'un des symboles du tourisme de masse standardisé.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Libération

LONELY PLINET - Depds 50 ans, les lowlsies ont la tete dans le galde

Famille du média : **PQN**
(Quotidiens nationaux)

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **940000**

Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **04 janvier 2022**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **1291**

Par
FLORIAN BARDOU

S'imaginaient-ils, en traversant les steppes afghanes en auto-stop après avoir largué leur minivan, que leur périple deviendrait la première pierre d'un empire du tourisme mondialisé? Il y a cinquante ans, en décembre 1972, en arrivant en Australie au terme de neuf mois de pérégrinations dans le Sud-Est asiatique avec pour point de départ l'Angleterre, Maureen et Tony Wheeler avaient en tout cas des souvenirs à revendre – mais moins d'un dollar en poche. Les jeunes mariés britannico-australiens en goguette, tendance baba cool, étaient aussi assaillis par les interrogations curieuses de leurs amis.

Ainsi naquit quelques mois plus tard sur un coin de table, *Across Asia on the Cheap* (*A travers l'Asie à bon marché*, en français), guide artisanal à la couverture jaune, le tout premier de la maison d'édition Lonely Planet. *«Maureen avait pris des notes dans un carnet tout au long du voyage et ils se sont aperçus que rien n'existait de ce genre*, raconte le directeur des éditions françaises, Didier Férat. *Ils ont donc auto-édité ce petit carnet et c'est devenu un best-seller local.»*

«Pratico-pratique»

L'ouvrage, d'abord vendu à Sydney puis sur l'île entière, s'écoule à un peu plus de 8000 exemplaires en 1973. Un second voyage du couple de *backpackers* inspire deux ans plus tard un nouvel opus, écrit à Singapour et toujours réédité: *Southeast Asia on a Shoestring* («l'Asie du Sud-Est à petit budget»).

Installées à Melbourne, les éditions Lonely Planet mettent une dizaine d'années avant de se professionnaliser. Elles décollent grâce à quelques titres emblématiques, notamment un guide sur l'Inde écoulé en 1981 à 100000 exemplaires, et l'ouverture d'un bureau aux Etats-Unis, trois ans plus tard. *«Au début, c'était des informations très pratico-pratiques sur les transports et l'hôtellerie-restauration*, poursuit Didier Férat. *Le volume a augmenté à la fin des années 80, quand le voyage est devenu plus courant, et moins une aventure.»*

Le principe développé par Lonely Planet n'a pourtant rien de neuf. Depuis le milieu du XIXe siècle, la bourgeoisie européenne et américaine s'est initiée aux loisirs, en particulier au tourisme, grâce au développement exponentiel du chemin de fer – la France, par exemple, comptait un peu moins de 3000 kilomètres de voies ferrées en 1850, cinq fois plus vingt ans plus tard. Pour cela, les grands voyageurs fortunés sont aidés par des guides, qui reprennent la formule des itinéraires sur les routes de diligences du siècle précédent (en France, *l'Indicateur fidèle* de Michel et Desnos).

Ces ouvrages leur permettent de gagner du temps… et donc de l'argent. Parmi les plus connus, les *Handbooks for Travellers* des éditions Murray, publiés de 1836 au début du XXe siècle en Grande-Bretagne, le *Baedeker*, guide allemand au format de poche et leader du secteur jusqu'à la Seconde Guerre mondiale, ou encore les *Guides Joanne* édités par Hachette en langue française à partir de 1854, qui deviendront les *Guides bleus* (toujours en vente) au sortir du premier conflit mondial.

«Avec ces ouvrages, il y a une forme de standardisation de l'information touristique. Ainsi, l'astérisque se développe pour désigner les choses à voir sur une carte, décrit l'historien Sylvain Venayre, professeur à l'université Grenoble-Alpes. *Et il y a déjà des feuilles spéciales pour que les voyageurs fassent des retours aux éditeurs.»* L'essor du vélo puis de l'automobile et l'arrivée des congés payés au début du XXe siècle participent également du développement du tourisme et aiguisent l'appétit de nouveaux acteurs dans ce marché. Ainsi, le fabricant français de pneumatiques Michelin se lance en 1926 avec ses fameux *Guides verts* qui, associés aux cartes routières et aux *Guides rouges* gastronomiques, proposent des circuits thématiques ou régionaux.

Hormis les illustrations, les informations restent de l'ordre du pratique et des choses à voir. Une recette qu'ont en partie reprise les produits de la génération 68 en publiant le *Lonely Planet*, *le Routard* (la même année) ou le *Let's Go* des étudiants d'Harvard, depuis 1970. Pour se démarquer, ces guides promeuvent

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7522232600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Libération

LONELY PLINET - Depds 50 ans, les lowlsies ont la tete dans le galde

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **940000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **04 janvier 2022**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **1291**

une autre façon de voyager, avec presque rien et dans des contrées du globe peu explorées par les Occidentaux. *«Ils célèbrent la lenteur, le fait de voyager à bon marché ou seul : ce qu'on vante, c'est cette idée que le bon voyageur, c'est celui qui fait autrement que la masse des touristes et se laisse surprendre»*, poursuit l'historien Sylvain Venayre. Le sociologue Antoine Pécoud, professeur à Paris-XIII, abonde : *«C'est la quintessence de cette génération du baby-boom, qui part avec un idéal de contre-culture mais qui depuis est devenue mainstream.»*

Standardisées

Vingt ans plus tard, les chiffres sont sans équivoque : avec 26 titres parus en 1990, dont un guide sur l'URSS, Lonely Planet devient le plus important éditeur indépendant de guides touristiques. Un bureau est aussi créé au Royaume-Uni, puis en France en 1993. C'est que les flux touristiques, grâce à l'avion, le low-cost et les agences de voyages, ne vont cesser de croître – avant d'être en partie stoppés par la pandémie de Covid-19. Aujourd'hui, plus de 500 titres ont été édités, de l'Antarctique aux îles Pacifique, en passant par les villes européennes ou les parcs nationaux américains, dans une dizaine de langues. Au total, selon la maison d'édition (d'abord rachetée par une filiale de la BBC, en 2007, puis par NC2 Media, propriété du milliardaire américain Brad Kelley, en 2013), plus de 120 millions d'ouvrages auraient été vendus. Les recommandations à destination d'un public plus conformiste sont standardisées : à côté des hôtels à petit budget, apparaissent par exemple des établissements plus luxueux.

«Démocratisé»

«Elles servent à réduire massivement l'incertitude : quand on arrive quelque part, on ne sait pas ce qu'il faut voir et faire, cela permet de concilier la volonté de découvrir avec un planning très serré sur un itinéraire déterminé», observe Antoine Pécoud. Et de conclure : *«Désormais, je vois rarement quelqu'un qui n'a pas de guide de voyage, ceux qui partent deux semaines comme ceux qui partent un an avec un sac à dos ; c'est assez sidérant de voir à quel point ça s'est démocratisé.»* D'ailleurs, le numérique n'a pour l'heure pas entamé le succès de l'objet papier (30 euros en moyenne). Parce qu'il condense toutes les informations encore éparpillées en ligne (sur Booking pour l'hôtellerie ou Tripadvisor pour les bars et restaurants) ? Lonely Planet joue en tout cas la complémentarité, en proposant aux voyageurs des contenus enrichis, la géolocalisation d'adresses recommandées, notamment dans l'Hexagone, ou l'achat de chapitres d'un guide en ebook sur son application. *«Aujourd'hui, on met en avant les voyages zéro carbone et les activités sportives comme la plongée ou la randonnée*, pointe Didier Férat. *Les guides de voyage sont toujours le reflet d'une époque.»* Seule incertitude : les conséquences à long terme de la pandémie pour l'entreprise, dans un secteur désormais en crise. ◆▶

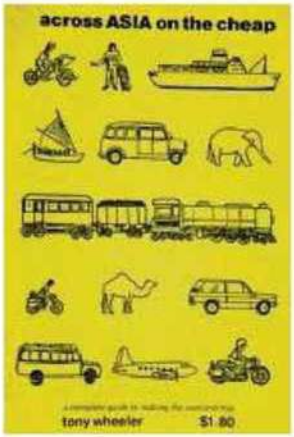
LIBÉ.FR

Il était une marque

De Tinder au caviste Nicolas, en passant par Crocs et Lillet, *Libé* se penche sur des marques qui fêtent un anniversaire en 2022. Retour sur leur genèse et leur impact.

«C'est la quintessence de cette génération du baby-boom, qui part avec un idéal de contre-culture mais qui depuis est devenue mainstream.»

Antoine Pécoud sociologue



Le premier guide du couple. LONELY PLANET

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7522232600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Libération

LONELY PLINET - Depds 50 ans, les lowlsies ont la tete dans le galde

Famille du média : **PQN**
(Quotidiens nationaux)

Périodicité : **Quotidienne**

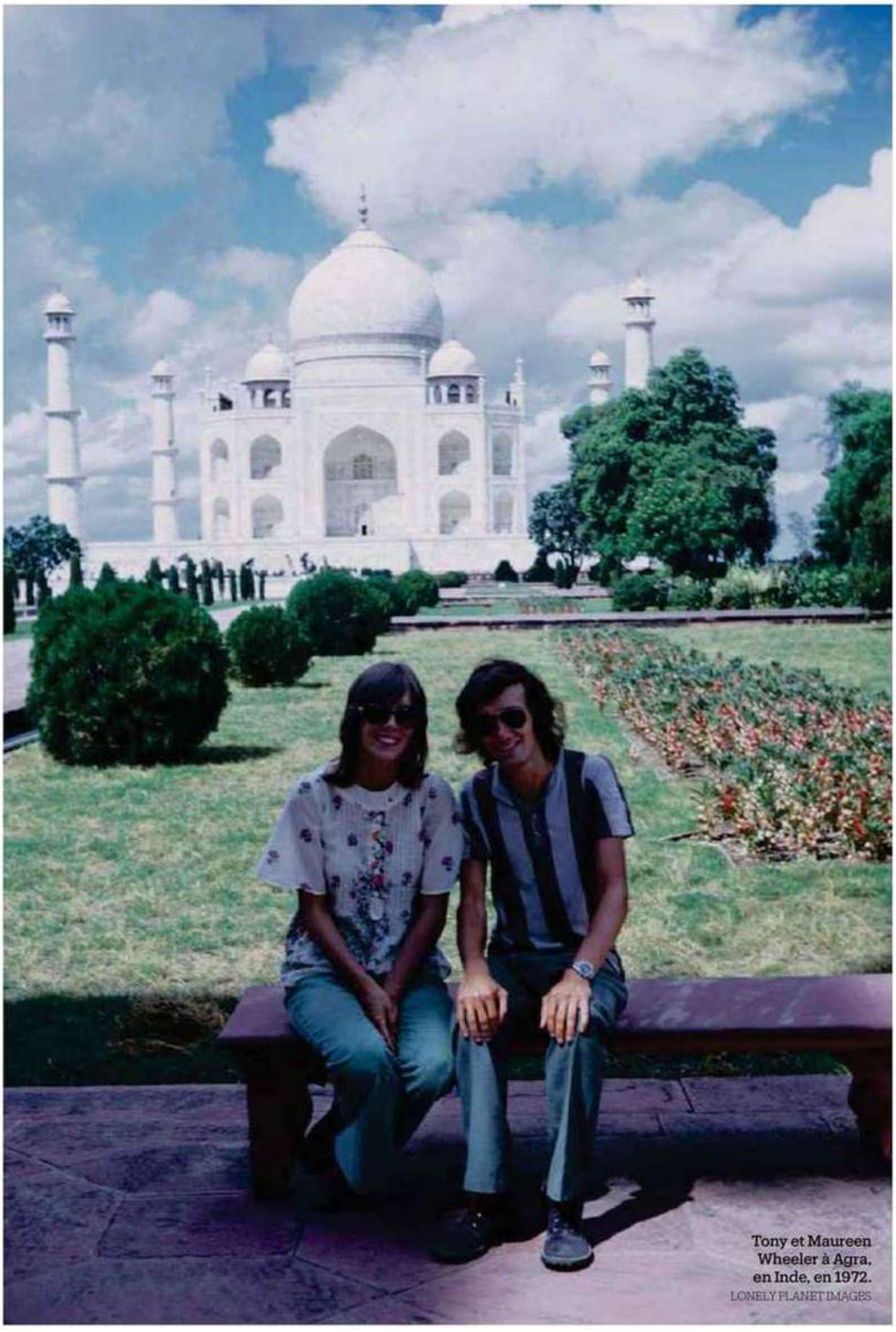
Audience : **940000**

Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **04 janvier 2022**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **1291**


Tony et Maureen Wheeler à Agra, en Inde, en 1972.
LONELY PLANET IMAGES

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

www.liberation.fr

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**
Audience : **5330865**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

10 Janvier 2022
Journalistes : **Julie Renson Miquel**
Nombre de mots : **2161**

Visualiser l'article

Les caves Nicolas, 200 ans d'âge (ou presque)

Lonely Planet, Lay's, Hollywood... Ces marques fêtent leur anniversaire en 2022, l'occasion de revenir sur leur genèse et leur impact. Aujourd'hui, le caviste, à l'histoire très parisienne et un peu floue, devenu un incontournable de la vente de vin en centre-ville.

Qu'elle ait été fondée en 1822 ou en 1859, la saga de la maison Nicolas reste une réussite. (Nicolas)

«Nicolas, c'est d'abord une histoire parisienne» , commence Christopher Hermelin, responsable communication et marketing de Nicolas. Celle d'un petit caviste, Louis Nicolas, fils d'un receveur des douanes, qui décide de se lancer dans le commerce du vin en créant en 1822 la Maison Nicolas. Une boutique, suivie de trois dépôts, fait son apparition au 53 rue Sainte-Anne, dans le IIe arrondissement de la capitale. «Nicolas a inventé le métier de caviste , se targue le communicant. A l'époque, le vin est principalement consommé à la taverne ou est acheté en barrique. Il n'y avait pas de vendeur de vin.»

Sauf que lorsque l'on y regarde de plus près, Louis Nicolas est né en... 1829. «Il y a une forme de flou autour de la naissance de l'entreprise , explique Stéphane Le Bras, maître de conférences à l'université de Clermont-Ferrand, spécialiste de l'histoire du vin, de l'alcoolisme et de l'alimentation. Jusqu'en 1919, les entreprises n'avaient aucune obligation de s'enregistrer sur des registres officiels.» D'après l'historien, Louis Nicolas aurait plutôt débuté dans le métier du vin aux alentours de 1855. Il a alors 26 ans et vient d'épouser Mathilde Durouchoux dont le père est négociant. Quatre ans plus tard, en 1859, le jeune Parisien prend la succession d'un autre vendeur de vin, prénommé Buhner, qui, dès les années 1840, vend déjà à la bouteille, comme plusieurs épiciers de l'époque (l'idée s'est d'ailleurs développée en Angleterre). C'est probable...

Article avec accès abonnés :
https://www.liberation.fr/lifestyle/gastronomie/les-caves-nicolas-200-ans-dage-ou-presque-20220110_M6CQB4RZ6BG47MGCSVUFZ2KBW4/

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Vitisphere.com

www.vitisphere.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **95992**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

12 Janvier 2022
Journalistes : **Alexandre Abellan**
Nombre de mots : **2590**

Visualiser l'article

En 2022 Les cavistes Nicolas placent la nouvelle année sous le signe de leurs 200 ans et de la premiumisation

Fêtant son bicentenaire en 2022, le réseau de caves compte renouer avec des artistes et s'inscrire dans les tendances de « moins mais mieux » du marché.

Le catalogue de noël 2021 de Nicolas se décline en trois couvertures, réalisées par Alice Des, Mathieu Persant et Alice Wietzel. - crédit photo : **Nicolas**

P

arti en 1822 d'une **cave** et de trois dépôts à Paris, le réseau de **cavistes Nicolas** compte désormais 572 **points** de **vente** dans le monde (dont 505 en France). Représentant 10 % des cavistes français, l'enseigne compte fêter son bicentenaire tout le long de l'année 2022. D'autant plus qu'il faut marquer le centenaire de la création de son personnage emblématique, le livreur Nectar, pointe Christopher Hermelin, le directeur marketing du **caviste Nicolas**. Créé par le dessinateur Dransy en 1922, cette incarnation du caviste a créé un lien traditionnel entre le réseau et l'art. En témoignent les catalogues de Bernard Buffet dans les années 1960.

Appartenant au **groupe Castel Frères** depuis 1988, les **cavistes Nicolas** vont *« va retisser leurs liens historiques avec l'art en soutenant de jeunes artistes. Nous allons revenir à la genèse »* indique Christopher Hermelin. Ces partenariats artistiques ont débuté fin 2021, avec un catalogue de noël dont la couverture féminisait le personnage de Nectar (voir les illustrations réalisées par trois *designers*). Prévoyant de lancer des cuvées et produits dérivés, le **réseau Nicolas** va également être associé à des films. À commencer par le film d'animation sur le *Petit **Nicolas*** d'Anne Goscinny, racontant notamment la création du personnage de René Goscinny et Jean-Jacques Sempé (inspiré des **cavistes Nicolas**).

Montée en gamme

Pesant actuellement pour 2 à 3 % des ventes de **vins** et spiritueux en France, le **réseau Nicolas** affiche une forte croissance en valeur de ses ventes depuis le début de la crise covid. *« La premiumisation est une tendance lourde, avec les achats de proximité »* note Christopher Hermelin, expliquant que « les gens consomment moins, mais avec une plus forte valeur. Les consommateurs sont de plus en plus hédonistes. Ce n'est pas retombé, ça se maintient. » Cette montée en gamme s'accompagne de prix moyen à la hausse, mais aussi d'une baisse des volumes de vins tranquilles (à l'exception des vins de Bourgogne et des vins blancs). Les champagnes et spiritueux augmentent pour leur part en volumes et valeur, tandis que la bière est une catégorie fortement émergente (en progression à deux chiffres).

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

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

PRODUITS

Presse écrite FRA

TERRE DE VINS

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Bimestrielle**

Audience : **300000**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Janvier - fevrier 2022 P.68-75**

Journalistes : **Jean-Charles Chapuzet**

Nombre de mots : **1935**

Le trait et l'union

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

TERRE DE VINS

Le trait et l'union

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Bimestrielle**

Audience : **300000**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Janvier - fevrier 2022 P.68-75**

Journalistes : **Jean-Charles Chapuzet**

Nombre de mots : **1935**

SAGA | CHÂTEAUNEUF-DU-PAPE (84)

UN TRAIT D'UNION A GREFFÉ LES NOMS MOUSSET ET BARROT SUR LES PENTES VITICOLES QUI ENSERRENT LE VILLAGE DE CHÂTEAUNEUF-DU-PAPE. DEPUIS, DU CHÂTEAU DES FINES ROCHES À JAS DE BRESSY, DU BOIS DE LA GARDE AU DOMAINE LA SOUSTO, LA FAMILLE MOUSSET-BARROT MET DE L'ADN EN BOUTEILLES

Par Jean-Charles Chapuzet, photographies Alain Benoît (Studio Deepix)

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

TERRE DE VINS

Le trait et l'union

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Bimestrielle**

Audience : **300000**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Janvier - fevrier 2022 P.68-75**

Journalistes : **Jean-Charles Chapuzet**

Nombre de mots : **1935**

Défiant le donjon de Châteauneuf-du-Pape, le château des Fines Roches est assis sur le flanc sud-est du village papal. Avec ses créneaux néo-médiévaux maçonnés au XIXe siècle et ses tours étriquées semblant sorties de rêves d'enfant, il est une curiosité noyée dans un océan de vignes d'où émergent de fiers cyprès. L'édifice regarde le Rhône se faufiler dans le creux de la vallée du même nom. C'est l'œuvre d'un original, Henri-Auguste Constantin, inspiré par le palais des Papes d'Avignon et venu faire à Châteauneuf des grands vins. *« Lorsqu'on inaugura ce château quasi féodal, une fête populaire inoubliable eut lieu,* écrit un journaliste du « New York Herald » en 1895. *Poètes, vignerons, paysans, par centaines, étaient accourus de tous les points de la région et, pendant une bonne partie de la nuit, à la lueur des feux de joie, les brindes, discours, les chansons se succédèrent. »* Cette histoire, sur laquelle Alphonse Daudet comme Frédéric Mistral ont dansé, va rattraper la famille Mousset en 1936.

« On ne s'est jamais posé la question de faire autre chose, notre vie est scellée à Châteauneuf-du-Pape »
Catherine & Robert Barrot

Louis est un entrepreneur. D'abord salarié aux Grandes Caves de Lyon – une maison de négoce –, il rachète la société pour laquelle il travaille et qui détient différents domaines viticoles, dont le château des Fines Roches. Louis demande à son père, Claude, de s'occuper de ce patrimoine châteauneuvois. Ce fameux Louis Mousset est marié à Louise, également originaire de Lyon et dont les parents ont fait fortune dans l'univers du fromage. Les affaires marchent bien, notamment dans les florissantes années d'après-guerre. Au décès de son père, en 1962, Louis Mousset décide de vendre sa maison de négoce lyonnaise pour venir s'occuper des propriétés dans le Rhône méridional. Le couple s'installe avec ses trois enfants à Châteauneuf-du-Pape quand survient l'impensable. *« J'avais 14 ans,* se souvient Catherine, *mes parents décèdent dans un accident de voiture sur la nationale 7. Je vais mettre du temps à me reconstruire, grâce à celui qui va devenir mon mari. »* Il s'appelle Robert Barrot, un Châteauneuvois pur jus. Les parents ont quelques lopins de vignes dont le vin part à la coopérative, et là aussi se trouve un tournant dans la vie de Robert. *« Je perds mon père prématurément, j'ai 12 ans. Le docteur Dufays, propriétaire du château de Nalys, me prend sous son aile. Je deviens vigneron et je rencontre Catherine Mousset »,* raconte-t-il. Catherine et Robert reçoivent une pluie de riz devant le tympan de l'église en 1973 et vont transformer leur malheureux point commun en une histoire d'amour dans laquelle coulent des larmes de joie mêlées de vin. *« On ne s'est jamais posé la question de faire autre chose, notre vie est scellée à Châteauneuf-du-Pape »,* dit le couple d'une même voix.

En 1976, millésime caniculaire, s'opère le partage des biens entre Catherine et ses frères. Les trois enfants restent copropriétaires des murs du château des Fines Roches. Quant à Catherine et Robert Mousset-Barrot, ils possèdent désormais le vignoble du château des Fines Roches, la soixantaine d'hectares du château du Bois de la Garde classée en Côtes du Rhône Villages et les quelques hectares sur Châteauneuf-du-Pape qui proviennent du côté Barrot. Ce patrimoine d'une centaine d'hectares est traversé de deux petites filles que les hordes de vendangeurs, chaque saison, voient grandir. Gaëlle naît en 1975, Amélie deux ans plus tard. L'aînée galope volontiers dans les vignes, la terre l'anime, c'est son microcosme. *« J'ai toujours été très manuelle, mais mon désir premier était d'être pharmacienne. Recalée au concours, je me suis tournée vers des études de viticulture et d'œnologie. Je rejoins mon papa en 1999, qui a grandement besoin de moi »,* confie Gaëlle. Amélie, millésime 1977,

Pages précédentes, de gauche à droite : Gabriel et Raphaël Vidal, Amélie Barrot-Vidal, Robert et Catherine Barrot, Paul, Arthur, Gaëlle et Frédéric Maillet

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0127932600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

TERRE DE VINS

Le trait et l'union

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Bimestrielle**

Audience : **300000**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Janvier - fevrier 2022 P.68-75**

Journalistes : **Jean-Charles Chapuzet**

Nombre de mots : **1935**

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

TERRE DE VINS

Le trait et l'union

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Bimestrielle**

Audience : **300000**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Janvier - fevrier 2022 P.68-75**

Journalistes : **Jean-Charles Chapuzet**

Nombre de mots : **1935**

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0127932600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

TERRE DE VINS

Le trait et l'union

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Bimestrielle**

Audience : **300000**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Janvier - fevrier 2022 P.68-75**

Journalistes : **Jean-Charles Chapuzet**

Nombre de mots : **1935**

est différente de sa sœur. *« J'étais davantage dans les bouquins, j'ai aussi adoré les voyages, les langues et en particulier l'anglais. Sans mon histoire familiale, j'aurais peut-être été interprète »*, souligne Amélie qui, après une prépa HEC, va faire des études de commerce à l'ESC Grenoble. On lit facilement la complémentarité des deux sœurs. *« Et une évidence s'est imposée, nous avons un patrimoine familial fantastique. Sans jamais me sentier forcée, je reviens auprès de mes parents et de ma sœur »*, explique Amélie, qui a complété sa formation par un master de commerce international des vins et spiritueux à l'ESC Dijon. En 2001, chacune a trouvé sa place. Durant les deux décennies qui précèdent leur arrivée, Robert et Catherine ont agrandi le patrimoine par l'achat de parcelles ici ou là. Ils produisent trois étiquettes, Fines Roches en rouge, un en blanc et un côtes-du-rhône. *« Et sans le souci de plaire au guide américain Robert Parker, qui était alors très influent dans notre appellation. Je me souviens d'une journée où il a dégusté mes vins en trois minutes, je n'ai plus donné d'échantillon par la suite »*, se souvient Robert. Sur le plan commercial, la quasi-totalité des bouteilles part aux caves Nicolas et chez un importateur belge. *« J'ai notamment développé la vente des côtes-du-rhône du château du Bois de la Garde en Belgique. Nous avons toujours conservé ces deux clients, mais mes filles vont apporter un nouveau souffle »*, explique Robert, avant d'ajouter : *« J'étais sur tous les fronts, de la vigne au commerce, avec toujours une pensée pour mes beaux-parents partis trop tôt. Je me devais de leur faire honneur. » « Et tu as réussi »*, chuchote Catherine.

> « Je me souviens d'une journée où Robert Parker a dégusté mes vins en trois minutes, je n'ai plus donné d'échantillon par la suite »
> ROBERT BARROT

En selle, Gaëlle et Amélie s'appliquent à la diversification en développant la clientèle particulière et en étoffant la gamme. Naissent ainsi un côtes-du-rhône-villages et une cuvée de vieilles vignes en Châteauneuf-du-Pape. En 2003, le domaine de Jas du Bressy, qui jouxte le château des Fines Roches, est à vendre. Le propriétaire privilégie la famille Mousset-Barrot, avec qui il entretient de bonnes relations. Ce sont 5 hectares magnifiques de galets roulés dont un demi-hectare planté de cépages blancs. Les Châteauneuvois ne laissent pas passer cette occasion. *« C'est au pied des coteaux des Fines Roches. Des vieilles vignes complantées. Nous nous sommes laissé deux ans avant de créer l'étiquette Jas de Bressy sur les deux couleurs »*, soulignent Gaëlle et Amélie. Dans la foulée, un caveau voit le jour au château Jas de Bressy, idéalement placé à la sortie du village de Châteauneuf-du-Pape, en direction d'Avignon. *« On observe une clientèle de plus en plus jeune, des amoureux de vins »*, s'enthousiasme Gaëlle, traversant la boutique avec les bottes de travail et le jeans déchiré. Les sœurs Barrot, sous l'œil avisé du papa et de l'oncle Pierrot Barrot, décident aussi d'exploiter les 11 hectares qui viennent du grand-père paternel, pour créer les vins du domaine La Sousto. C'est le vignoble du père de Robert et de Pierrot. *« Je suis content que mes nièces mettent un point d'honneur à conserver cette entité »*, reconnaît l'oncle Pierrot avant d'ajouter : *« Nous sommes très famille. Ces cuvées, dont le premier millésime est 2013, sont un hommage à mon père, Lucien Gabriel. »* Notamment plantée sur les célèbres lieux dits la Crau, Pied-Long ou la Petite-Bastide, la dominante de grenache, complétée de syrah, de mourvèdre, de counoise et de vaccarèse, est une sublime signature avec de la chair et de la fraîcheur. *« Nous ne sommes pas dans la quête de la puissance, les extractions très poussées ne nous ressemblent pas »*, plaident les deux sœurs. Sur le champ du style et de l'architecture des vins, un maillon de la chaîne est incontournable en la personne de Frédéric Maillet. Balméen, en d'autres termes natif de Beaumes-de-Venise, c'est un local de l'étape dont les parents sont vignerons dans ladite appellation satellite de Châteauneuf-du-Pape et les grands-parents producteurs de truffes et de lavande dans la Drôme. Au milieu des années 1990, poussé par le président de la cave de Beaumes de l'époque – Alain Ignace –, Frédéric entreprend des études pour devenir œnologue. En stage

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

TERRE DE VINS

Le trait et l'union

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Bimestrielle**

Audience : **300000**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Janvier - fevrier 2022 P.68-75**

Journalistes : **Jean-Charles Chapuzet**

Nombre de mots : **1935**

aux États-Unis, il reçoit du courrier de France dont quelques lettres contenant du myosotis séché signifiant : « Ne m'oublie pas » ou « Forget me not ». Ces lettres sont signées Gaëlle Barrot. Ils se sont rencontrés au BTS de viti-œno à Avignon. Quand Frédéric revient dans la vallée du Rhône, il retrouve sa dulcinée et se fait embaucher au château de la Genestière, à Tavel. *« Je rêvais de devenir consultant, mais après cinq millésimes dans ce domaine, je rejoins ma belle-famille avec qui je suis en adéquation sur le style des vins, à savoir la finesse et la fraîcheur »*, raconte-t-il. Alors l'œnologue est au chai et suit les vignobles avec son épouse Gaëlle. Fada de vins de tous les horizons, Frédéric s'amuse à quelques créations au domaine des Fines Roches comme la cuvée 100 % vaccarèse, dont le nom est tout trouvé : Forget Me Not. *« C'est le nom anglais du myosotis »*, sourit Gaëlle. Chez les Mousset-Barrot-Maillet, on prend le vin comme il vient : on se fait plaisir. Parmi les autres créations, un carignan sans soufre et une eau-de-vie de marc ont vu le jour…

« On observe une clientèle de plus en plus jeune, des amoureux de vins »
GAËLLE MAILLET

De son côté, Amélie s'éclate tout autant, non seulement à parcourir l'Europe et l'Asie avec les bouteilles mais aussi en lieu et place de Châteauneuf-du-Pape, où elle a pris la présidence de l'ODG (organisme de défense et de gestion) en 2020. La vie est pleine et belle du côté du château des Fines Roches, et la nouvelle génération, constituée de quatre enfants – Arthur, Paul, Gabriel et Raphaël –, ne reste pas indifférente à l'histoire dans laquelle ils marchent. *« Ils sont encore jeunes, mais ils goûtent bien, ils ont une culture du goût. Si on doit leur transmettre quelque chose, c'est bien cette culture et ils comprennent que tout ça demande du temps »*, résume Frédéric Maillet. Arthur, l'aîné des quatre cousins, s'oriente déjà vers des études d'agronomie. Le temps défile comme un songe aux vignobles Mousset-Barrot. *« J'ai eu la chance de connaître mon mari et d'avoir mes filles, et maintenant ce sont les petits-enfants »*, confie Catherine Mousset-Barrot, qui sait combien la vie est précieuse ■

CARTE D'IDENTITÉ

Les vignobles Mousset-Barrot exploitent 140 hectares (château Les Fines Roches, domaine Jas de Bressy, La Sousto et le château du Bois de la Garde) et font travailler de manière permanente une quinzaine de salariés. Environ 600 000 bouteilles sont produites annuellement et 50 % partent à l'export (Europe, Asie…). Le chiffre d'affaires est de 3 millions d'euros pour un bénéfice avoisinant les 10 %. Nonobstant le vignoble, le château des Fines Roche, dont les Mousset-Barrot sont seulement copropriétaires des murs, contient un hôtel-restaurant. Parmi la gamme qui compte une petite vingtaine d'étiquettes, le blanc des Fines Roches, la cuvée traditionnelle (24 €) est toujours d'une grande fraîcheur avec sa proportion notable de bourboulenc et de clairette, la cuvée en Côtes-du-Rhône (7,50 €) est d'un remarquable rapport qualité-prix, enfin, la cuvée rouge du domaine La Sousto (32 €) est une superbe expression racée et équilibrée de Châteauneuf-du-Pape.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

TERRE DE VINS

Le trait et l'union

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Bimestrielle**

Audience : **300000**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Janvier - fevrier 2022 P.68-75**

Journalistes : **Jean-Charles Chapuzet**

Nombre de mots : **1935**

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0127932600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

FOIRE AUX VINS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Du 28 janvier au 03 fevrier 2022 P.4**
Journalistes : **H.B.**
Nombre de mots : **99**

La FAV de printemps de Nicolas démarrera dès le 2 mars

FRANCE

Cette année, le réseau Nicolas démarrera sa foire aux vins de printemps dès le 2 mars pour 4 semaines (une durée et des dates identiques à celles de l'année dernière). Sa sélection compte 50 références, dont de nombreux vins bio, HVE et Terra Vitis, autant qu'en 2021 mais moins que les 67 références de 2020. Dans le détail, l'offre se compose de 18 vins blancs, 37 rouges et 2 rosés. 24 références seront proposées à moins de 10 € et 39 à moins de 20 €. ■ *H.B.*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Foire aux vins printemps 2022 : le catalogue des dates

Article mis à jour le 31/01/22 16:34

Partager sur

La Foire aux vins est incontournable pour les consommateurs de grands crus. Découvrez les prochaines dates de la Foire aux vins du printemps 2022.

© Sigmund - Unsplash

Colloque Pfizer

En savoir plus

SPONSORISÉ PAR PFIZER

SOMMAIRE

Toutes les dates
Nicolas
Monoprix

Carrefour, Lidl, Intermarché, Leclerc et bien d'autres font leur Foire aux vins plusieurs fois dans l'année. Cet événement permet aux consommateurs de faire la chasse aux bonnes affaires et de se procurer **des bouteilles de qualité** à prix abordables. Un rendez-vous qui a lieu aussi bien en ligne qu'en magasin. Après la Foire aux vins d'hiver, cap sur les promotions de printemps ! Et bonne nouvelle pour les amateurs de rouges et de blancs, les dates des prochaines Foire aux vins émergent progressivement selon les magasins. En effet, certaines **marques et**

vendeurs spécialisés ont d'ores et déjà annoncé la date de leur **édition printanière**. Sans plus attendre, découvrez quelles sont les dates des prochaines Foire aux vins 2022.

Quelles sont toutes les dates de la Foire aux vins ?

La Foire aux vins est l'opportunité pour tous les consommateurs de faire **bénéficier de promotions** sur des produits d'exception. Si ce rendez-vous a lieu plusieurs fois dans l'année, pour le plus grand bonheur des experts et amateurs, la prochaine Foire aux vins en date est celle de printemps. Celle-ci a généralement lieu de début mars à la mi-mai. Ensuite, place aux ventes automnales, qui elles ont lieu de début septembre à la mi-octobre.

publicité

Quand commence la Foire aux vins chez Nicolas ?

Les cavistes Nicolas, viennent d'annoncer la date de leurs Foire aux vins de printemps, elle se déroulera du 2 au 29 mars 2022. Les vinophiles pourront faire le choix entre **50 nouveaux produits**, en exclusivité dans les caves de la marque. Au menu : blancs, rouges et rosés commercialisés durant la Foire aux vins de Nicolas. La bonne nouvelle ? Une **réduction de 20% offerte** sur une sélection de bouteilles pendant l'évènement. Un ensemble de bouteilles seront mis à l'honneur ! Des liqueurs adaptées aux repas légers, à l'apéritif et certaines sont même parfaits pour des repas végétariens. Un catalogue tenant

également compte du budget, car 24 de ses références ne dépassent pas les 10 euros et 39 des produits de Nicolas seront à moins de 20 euros pendant l'événement.

© Nicolas

LA TRACTEUR BLANC - PINOT GRIS - CHARDONNAY (IGP PUY-DE-DOME), 8€ / EXTRAORDINAIRES SILLAGES – ALBARIÑO (IGP PAYS D'OC) 6€ / COURONNE DE CHABOT - Y.ALLÉNO ET M.CHAPOUTIER (AOP SAINT-JOSEPH), 28,40€ / L'ARTISTE - PINOT NOIR (VIN DE France), 5,70€

Quand aura lieu la Foire aux vins chez Monoprix ?

La Foire aux vins de Monoprix aura lieu **du 23 mars au 4 avril 2022**. Lors de ce rendez-vous, les réductions sont toujours avantageuses dans cette enseigne de grande distribution. Pour son édition de printemps, la marque invite les amateurs de grands crus bios à faire le plein de nouveautés lors d'offres **exceptionnelles**. En proposant des **bouteilles accessibles** et inédites, Monoprix s'est doté de la crème de la crème de bons crus. Une sélection que l'on doit au savoir-faire des vignerons spécialisés dans la viticulture biologique. Pour ce printemps, Monoprix met en avant pas moins de 60 références de cuvées. En outre, une **réduction de 30%** en caisse dès l'achat de trois bouteilles pour les adhérents de la carte Monoprix.

Meilleures caves à vin : comment choisir ?

Vin blanc : sec, risotto, lequel pour cuisiner du poisson

Recettes au Sauternes : vin liquoreux, moelleux, fruité

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

La Rédaction
Mis à jour le 31/01/22 16:34

Partager sur

SECTEUR DU VIN ET DES CAVISTES

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Radio FRA

Le 6-9 France Bleu Besançon

6 Janvier 2022
Durée de l'extrait : **00:02:13**
Heure de passage : **07h43**
Disponible jusqu'au :
7 Mars 2022

PL **Pol LAURENT**

Résumé: Le caviste Nicolas a vu son chiffre d'affaires bondir de 30% l'an dernier.

Famille du média :
Radios Régionales
Horaire de l'émission :
06:00 - 09:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Actualités-Infos Générales

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220005829

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Mensuelle**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Agroalimentaire-Agriculture
Economie-Services

Edition : **Janvier 2022**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **60**

TELEX

Liquidation judiciaire pour Raphaël Michel

Le tribunal de commerce de Montpellier a prononcé la liquidation d'Anagram, anciennement Raphaël Michel, le 30 novembre dernier. Cette décision fait suite à l'absence d'offre de reprise après l'échec de plusieurs postulants. Basé à Piolenc (84), le négociant vraqueur Raphaël Michel avait été mis en examen pour fraude et escroquerie en 2017.

© DR

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LA REVUE DU vin DE FRANCE

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **400000**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Fevrier 2022 P.56**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **605**

Enquête

Les formations

Choisir le bon statut pour réussir comme caviste

Il vous faudra choisir entre être salarié, franchisé ou indépendant, et si possible suivre une formation pour apprendre à gérer une boutique, voire devenir chef d'entreprise.

Devenir caviste est le rêve de nombre d'amateurs de vin qui n'ont pas la main verte – et ne se voient donc pas travailler les vignes – mais qui sont dotés d'un réel sens du commerce et du contact. Attention toutefois, on ne s'improvise pas caviste ! Avant de penser à se lancer, il faut pouvoir réaliser une étude de marché, un budget prévisionnel, réfléchir à un concept, trouver un local qui attire le chaland... Et une fois la boutique ouverte, il faut encore savoir gérer les approvisionnements, les stocks, embaucher et diriger du personnel... Il faut également avoir une santé de fer car les horaires sont à rallonge (tôt le matin, tard le soir, bien souvent le week-end) et être aussi doté d'une certaine force physique (un caviste transporte beaucoup de caisses remplies de bouteilles !).

D.R.

À la tête de la RVF Academy, Franck Thomas dispense des cours dans toute la France, avec une approche ludique et décomplexée du vin.

TROIS SOLUTIONS POSSIBLES

Pour se lancer, la solution la moins risquée consiste dans un premier temps à se faire embaucher comme salarié par une chaîne de cavistes (Nicolas, Repaire de Bacchus...) et à apprendre le métier grâce aux formations internes qui sont proposées. Deuxième option, vous pouvez choisir d'ouvrir un magasin en franchise. Dans ce cas, le réseau (La Vignery, Inter Caves, Cavavin...) vous fournit clé en main un concept éprouvé à appliquer, et vous apporte une formation. Mais vous engagez alors vos propres deniers car un franchisé n'est pas un salarié mais bel et bien un chef d'entreprise. Troisième solution enfin, si vous souhaitez vous lancer en tant qu'indépendant, vous pouvez commencer par consulter le site internet des Cavistes indépendants (cavistesprofessionnels.fr), puis suivre la foule de formations qui s'offrent à vous. Cela vous évitera de dilapider toutes vos économies sur un coup de tête.

LES PRINCIPALES FORMATIONS POUR DEVENIR CAVISTE :

Nicolas (principalement en Île-de-France)

Avec plus de 500 magasins en France, la chaîne de cavistes est une bonne expérience pour qui veut apprendre le métier ou ne se sent pas d'emblée l'âme d'un chef d'entreprise. La formation de gérant de magasin Nicolas dure cinq semaines et apprend à gérer une boutique de la marque. *devenir-caviste.nicolas.com/gerant*

RVF Academy (partout en France)

La certification Sommelier caviste ambassadeur en gastronomie se fait en alternance sur un an, 25 % du temps en formation (70 jours, soit 490 heures) et 75 % en entreprise. Elle bénéficie de l'aura de La Revue du vin de France, mais aussi du Meilleur sommelier de France et d'Europe Franck Thomas, qui a mis en place une approche ludique et décomplexée du vin. Son coût ? 7700 euros avec possibilité de financement par le Compte formation. *franckthomas.fr*

Université du vin de Suze-la-Rousse (Drôme)

Créée en 1978, l'université de Suze-la-Rousse jouit d'une aura que les années n'ont pas écornée. Elle prodigue des cours de dégustation de tous niveaux, mais aussi des formations certifiantes qui permettent de se reconvertir. Parmi elles, le titre RNCP Niveau 4 Sommelier-conseil, caviste. D'une durée de quatre mois (420 heures de formation en centre + 100 heures de stage pratique en entreprise), elle est accessible au niveau bac et CAP contre 5 800 euros (finançables par le Compte formation). *universite-du-vin.com/sommelier-conseil-caviste*

LES AUTRES FORMATIONS POUR DEVENIR CAVISTE :

Diplôme de caviste professionnel à l'École hôtelière de Vannes, WSET à l'Académie des vins & spiritueux (Paris, Lyon, Épernay, Toulouse), Conseiller commercial vins & spiritueux à l'IFCO Paris et Marseille...

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

L'Eco austral

ecoaustral.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **5869**
Sujet du média : **Economie - Services**

19 Janvier 2022
Journalistes : **Arnaud Thomelin**
Nombre de mots : **16876**

Visualiser l'article

Le vin, carburant de la reprise des CHR - Happy Few - Ecoaustral.com

Jehan Colson, chef et gérant du restaurant « La Fabrique » : « On peut atteindre 30 % à 50 % de hausse du chiffre d'affaires sur le vin en fonction de la qualité du sommelier. » ©Droits réservés

Après un épisode covid particulièrement douloureux pour le secteur de l'hôtellerie-restauration, notamment pour les restaurateurs, l'accueil de la clientèle s'effectue enfin en configuration normale depuis le mois de juin (passe sanitaire mis à part). Six mois plus tard, face à une fréquentation qui apparaît encore souvent instable, nombreux sont les professionnels à avoir décidé de faire du vin le pilier de leur reprise d'activité. Plus que jamais.

Il est une catégorie de professionnels qui, à en croire les chiffres révélés au plan national, n'a apparemment pas trop pâti des mesures de confinement liées à la crise sanitaire ces deux dernières années : les cavistes indépendants. En 2020, leur chiffre d'affaires a augmenté de façon importante, parfois avec une hausse à deux chiffres, souvent proche des 20 % ! « *Tous les cavistes ne sont pas concernés. Ceux qui fournissent massivement les hôtels et les restaurants ont même plutôt souffert*», tempérait Jean Guizard, le président de la Fédération des cavistes indépendants, au début de l'année sur France 3. Tout en admettant que « *les gens sont retournés dans les commerces de proximité (...), certains ont vu qu'ils n'étaient pas si chers : pour les cavistes, il existait des tabous autour des tarifs pratiqués. Et ces tabous sont un peu tombés* ». En 2021, la tendance semble se confirmer, avec des ventes en hausse, mais également de meilleure qualité. De nouveaux consommateurs ont émergé, qui achètent moins mais se tournent vers de meilleures bouteilles. « *À La Réunion, avec le confinement et le couvre-feu, la consommation hors domicile (bars, restaurants...) a été transférée au domicile.*

Mécaniquement, les ventes ont augmenté à la fois chez les cavistes et en grande distribution. Mais la hausse de la fréquentation en cave a rimé avec une premiumisation de la demande », confirme David Cailleux, directeur général de Castel-Covino, importateur et distributeur de vin à La Réunion, spécialement dans son réseau de caves Nicolas.

Le conseil booste les ventes

CASTELNICOLAS2 - CISION 359541152

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

« *La période covid a fait évoluer la consommation du vin. Les gens aiment boire mieux, découvrir certaines appellations ou saveurs, et apprécient la dimension de conseil autour du choix de sa bouteille. Cette réalité est palpable, il faut que les restaurateurs en prennent pleinement conscience pour surfer sur la vague et doper leur chiffre d'affaires* », estime Cyrille Camilli, formateur de La petite école du vin et professeur au lycée hôtelier de La Renaissance. C'est le cas de Jordane Knab. Apprenti de La petite école du vin, le directeur de l'Ipanéma Café, à l'Hermitage, souhaite non seulement décrocher la mention complémentaire sommellerie à laquelle donne accès la formation, mais également faire progresser le ticket moyen dans l'établissement qu'il gère. « *Le vin constitue environ 10 % du chiffre d'affaires. Cela pourrait être beaucoup plus ! Nos capacités de stockage étant réduites, nous devons tabler sur une courte carte éphémère composée de trois références de chaque couleur. Pour en vendre davantage, il est donc indispensable de savoir en parler. D'autant que les clients sont eux-mêmes de plus en plus au fait des caractéristiques des vins.* » Mais Cyrille Camilli de nuancer : « *Rares sont encore les clients à pouvoir déchiffrer seuls une carte des vins digne de ce nom. Des éclairages et un accompagnement s'avèrent essentiels pour les guider dans leur choix. À La Réunion, les restaurateurs commencent à comprendre que dédier une personne à la vente et au service du vin permet de gonfler le chiffre d'affaires et d'initier un nouveau rapport à la clientèle. C'est l'humain qui vend, pas la carte des vins déposée négligemment sur la table !* »

À l'Ipanéma Café, Jordane se charge désormais en personne de présenter les vins à ses clients. « *Ils apprécient car ça montre qu'on leur prête attention, ça dynamise le service, ça crée de la confiance et de la fidélisation.* » Résultat, depuis que le jeune responsable applique sur le terrain les connaissances et les consignes distillées pendant la formation, les ventes de vin ont grimpé en flèche dans son établissement.

La vente de vin au verre se développe et dope le chiffre d'affaires des restaurants. ©Droits réservés

À La Fabrique, à Saint- Denis, Jehan Colson annonce aussi « *de 30 % à 50 % de hausse du chiffre d'affaires sur le vin en fonction de la qualité du sommelier* ». Même constat du côté du 6, à Saint-Leu, où le patron Guillaume Leduc souligne que « *l'arrivée d'une sommelière a changé la donne* ». Ouvert en octobre 2019, son petit restaurant a misé sur une

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

spécialiste du vin dès la moitié de l'année 2020, juste après le confinement. « *Nous ne sommes que quatre, mais notre sommelière Johanna est un maillon essentiel de notre organisation*, détaille Guillaume Leduc. *Nous sommes spécialisés dans les vins nature, qui restent méconnus à La Réunion. Elle est alors au plus près du client pour apporter des explications, parler du vigneron ou des cépages parfois rares, et faire goûter les références. Depuis qu'elle intervient au coeur du service, nous avons quasiment doublé nos ventes de vin !* » Au bout du compte, au 6, le vin représente « *35 % à 40 % du chiffre d'affaires global* ». Soit bien plus que la moyenne nationale des restaurateurs, estimée par Opinionway autour de 20 %. Pourtant, chez Guillaume Leduc, le prix des bouteilles ne flambe pas. « *Chez nous, toutes les bouteilles sont à 45 euros ! C'est un parti pris. Tous nos verres sont à 8 euros et toutes nos bouteilles à 45 euros. Nous souhaitons que le client vive une expérience culinaire totale, en choisissant le vin adapté (nous faisons goûter tous nos vins avant de valider la commande) et non le tarif d'une bouteille. La marge est plus intéressante sur certaines références que sur d'autres, mais l'équilibre se fait sur les volumes écoulés.* »

Sur le vin, les marges dégagées apparaissent absolument vitales pour un restaurant. « *La rentabilité d'une enseigne tient à ses ventes de boissons en général, et donc de vin en particulier*, résume Cyrille Camilli. *Sur le vin, les marges brutes sont importantes car la vente d'une bouteille n'occasionne aucun ou que peu de coûts supplémentaires. Le prix du vin doit être corrélé au prix du menu ou du plat, mais traditionnellement, le coefficient appliqué sur les vins est de 3 par rapport au prix d'achat professionnel.* »

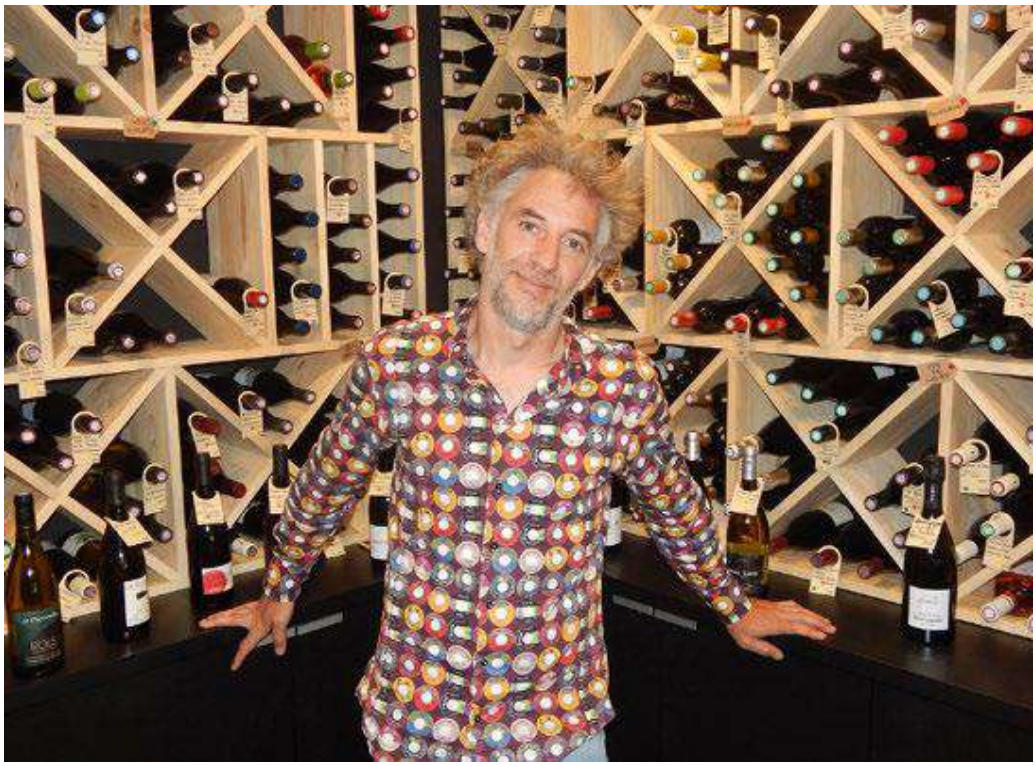
Si les professionnels confirment naturellement ces coefficients « *entre 2,5 et 3,5* », une rapide comparaison entre les tarifs aperçus en cave ou dans la distribution (supérieurs aux prix professionnels) et ceux pratiqués en restaurant aurait tendance à aller dans le sens de l'enquête publiée par La Revue du vin de France en 2019. Celle-ci pointait, au-delà d'une moyenne de coefficient autour de 3, une tendance de certains restaurateurs à oser des coefficients compris entre 5 et 10 ! « *Cela peut même monter jusqu'à 14 sur certains vins au verre tirés de cubis ou sur des rosés conventionnels vendus à la pelle à l'occasion d'événements festifs* », avoue un professionnel réunionnais qui préfère rester anonyme.

Taxes, octroi de mer, stockage, verrerie, formation du personnel... Les raisons pour justifier de telles marges sont nombreuses. Mais pas forcément bienvenues d'un point de vue stratégique. C'est en tout cas ce qu'affirment certains spécialistes. « Il faut viser le prix abordable psychologiquement pour le client selon le type d'établissement.

Il est préférable de vendre trois bouteilles à 20 euros que zéro à 60 euros ! D'ailleurs, plus les bouteilles sont de qualité, plus le coefficient diminue pour pouvoir en vendre », analyse Cyrille Camilli.

Interviewé par BFM TV, Fabien Humbert, auteur de l'enquête pour La Revue du vin de France, établit la démonstration suivante : « *En mettant les prix moins chers, à x 2 ou x 3, les restaurateurs vont finalement vendre plus de bouteilles, avoir moins de stock. Les clients seront contents et vont revenir !* »

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



Dans son restaurant « Sahaa » à Saint-Paul, Emmanuel Michau propose une cave à vin. On peut y acheter une bouteille et la consommer sur place moyennant un droit de bouchon de 10 euros. ©Droits réservés

Le vin, au coeur de la stratégie

Ce choix de la démocratisation du vin et de la fidélisation du client par l'expérience oenologique vécue, plusieurs restaurants réunionnais l'ont déjà fait. Parmi eux, La Fabrique, à Saint-Denis. « *Le vin a toujours été central depuis que le restaurant a ouvert, voilà maintenant sept ans*, raconte le chef et gérant Jehan Colson. *Depuis quatre ans environ, j'ai décidé de recruter un sommelier. Ce professionnalisme et cette dynamisation du service ont contribué à améliorer le chiffre d'affaires sur le vin mais, surtout, ont occasionné un nouveau rapport à la clientèle. Un rapport quasiment intime au client s'établit par le vin, la prestation devient personnalisée et haut de gamme. Ce qui engendre de la satisfaction et de la fidélisation, primordiales aujourd'hui dans ce contexte de reprise post-covid en dents de scie.* » Sur le long terme, c'est cette expérience client, plus que des marges exagérées, qui permettra d'amortir les investissements réalisés sur la verrerie, la conservation du vin et la formation du personnel. En novembre 2019, Jehan Colson a lancé Les Fabricants. Mitoyenne de son restaurant, cette cave à vins permet de retrouver en particulier les vins servis à sa table. « *J'ai eu l'idée d'ouvrir une cave qui me permette de faire rentrer mes propres vins en direct avec les producteurs (donc à moindre coût et avec des références insolites non distribuées à La Réunion) et d'avoir à portée de main un choix pléthorique de bouteilles (850 environ) pour faire plaisir à la clientèle du restaurant en accords mets-vins. On découvre un vin à table, et on peut repartir avec en le trouvant la porte juste à côté : La Fabrique sert en quelque sorte de vitrine aux Fabricants.* » Mais il ne s'agit aucunement de la cave du restaurant. Impossible de s'attabler à La Fabrique avec une bouteille issue des Fabricants... La précision est de rigueur, car cette autre stratégie de développement, c'est celle que s'emploie à déployer Emmanuel Michau dans son restaurant Sahaa, à Saint-Paul. Intégrée à la salle, une cave à vins permet depuis quelques mois à la clientèle de

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

l'établissement d'acheter une bouteille au prix caviste, avant de la consommer à table, moyennant un droit de bouchon de 10 euros, quelle que soit la référence, champagne y compris. « *Je n'ai plus de carte des vins pour le restaurant ! Juste une ardoise de quelques vins au verre. Il faut constamment faire preuve de pédagogie et expliquer ce concept auquel le client n'est pas habitué* », sourit Emmanuel. Déboussolé, le client ne l'est que le temps de se rendre compte qu'il va pouvoir déguster des vins de qualité à un tarif bien moins prohibitif que chez la plupart des concurrents restaurateurs.

David Cailleux, directeur général de Castel- Covino : « La hausse de la fréquentation en cave a rimé avec une premiumisation de la demande. » ©Droits réservés

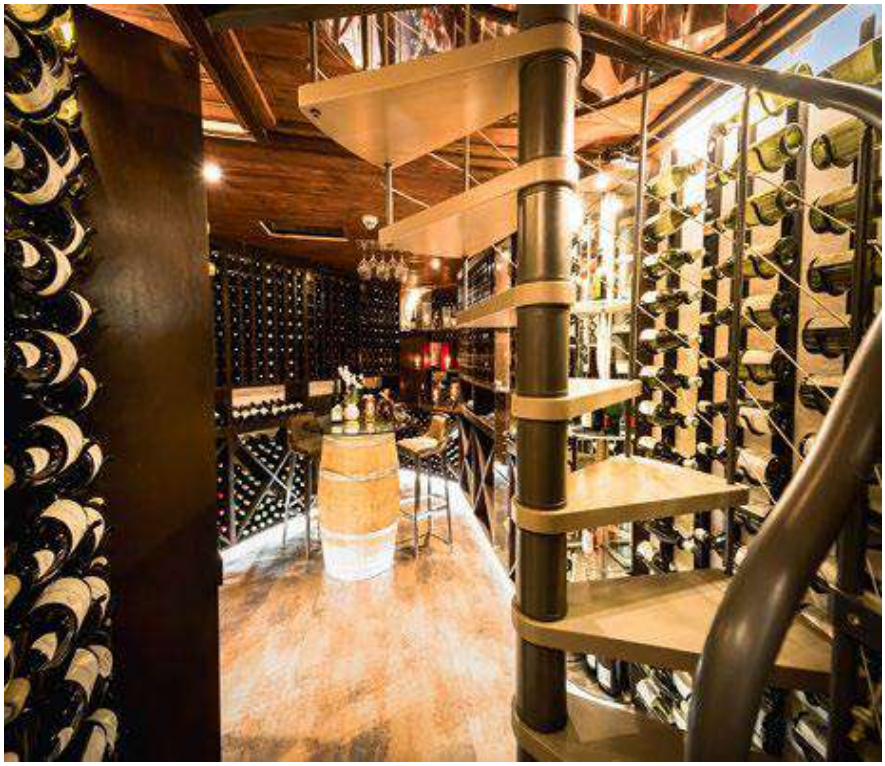
« *J'applique en cave une marge d'environ 30 % sur le prix auquel je touche les vins, qui concerne la vente à emporter façon caviste traditionnel. Mais, même en y ajoutant les 10 euros sur place, on reste largement en dessous des bouteilles vendues en coefficient 3 sur une table de restaurant classique.*» Si les clients du Sahaa s'y retrouvent a priori, qu'en est-il du restaurateur ? L'idée de couper les ailes de la poule aux oeufs d'or que constitue le vin peut paraître audacieuse. Voire contre-productive. « *Avec le confinement, le couvre-feu, le passe sanitaire et les investissements pour constituer la cave et les stocks, nous ne vendons pas assez de bouteilles pour nous y retrouver. Pour le moment... Car la réflexion repose sur une stratégie de longue haleine. L'idée est en effet de faire du Sahaa un bar-restaurant à vin, où ce dernier serait valorisé à 360°, à table, en cave, en afterwork, en dégustation et à terme sur le roof top. Je souhaite créer une dynamique globale autour du vin pour faire connaître l'adresse et augmenter la fréquentation. La rentabilité se fera au fur et à mesure, sur les volumes. Plus nous attirerons de clients en démocratisant le vin, plus le chiffre d'affaires de l'établissement progressera mécaniquement.* » En attendant, la fréquentation du Sahaa ne permet pas encore de faire fructifier la stratégie du restaurateur. Mais, à l'instar du bon vin, son idée pourrait bien se bonifier avec l'âge...

Enquête : le vin toujours en pole position

Début juillet 2021, Wine Paris & Vinexpo Paris a mené une enquête auprès de 1 000 établissements CHR français pour faire le point sur la vente des vins et spiritueux en restauration après la crise covid. Selon le magazine spécialisé

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

L'Hôtellerie-Restauration, il en ressort que « ces boissons ont gardé une place significative dans le chiffre d'affaires des établissements ». Ainsi, 71 % des restaurateurs interrogés ont déclaré que le vin contribue pour une grande part dans le chiffre d'affaires en boissons alcoolisées. Une tendance se confirme, celle du vin au verre. Quatre-vingt-trois pour cent des CHR l'annoncent comme le format le plus commandé. « Globalement, pour 44 % des restaurateurs, la consommation post-crise représente une part quasi identique dans leur chiffre d'affaires par rapport à la période précédant la crise sanitaire », conclut L'Hôtellerie-Restauration. Mais sûrement davantage pour ceux qui ont pris soin de le valoriser.



L'impressionnante cave du 5-étoiles « Diana Dea Lodge » et ses 2 000 bouteilles. ©Droits réservés

Hôtels : des caves d'exception

Qui a dit qu'il était difficile d'acheminer et de stocker à La Réunion des bouteilles de vin d'exception ? En juin dernier, le Blue Margouillat, le 5-étoiles de Saint-Leu, a reçu le trophée de lauréat du Tour des Cartes 2021. Soit le 2e prix de ce concours organisé pour la cinquième fois par le magazine Terre de Vins, dans la catégorie restaurants gastronomiques. La carte des vins de la table de cet hôtel-restaurant Relais & Châteaux s'est distinguée parmi celles des quelque 700 établissements participant au concours. De l'autre côté de l'île, le Diana Dea Lodge n'est pas en reste. L'épisode covid a été pour les propriétaires du 5-étoiles de Sainte-Anne (dans les hauts de l'Est) d'investir environ 150 000 euros dans une somptueuse cave des vins flambant neuve, terminée fin 2020. Discrètement installée sous le bar, celle-ci est accessible par un hublot et un escalier en colimaçons qui débouche sur une cave d'exposition de 2 000 bouteilles. « Environ 1 500 bouteilles supplémentaires sont stockées non loin, en cave de vieillissement », précise Bertrand Van Hauw, le directeur de l'établissement. L'envie des propriétaires et de la direction était de créer un « service d'exception » au coeur de l'hôtel. Parrainée par Florent Martin, meilleur sommelier de France 2021, cette cave insolite était en premier lieu destinée à devenir un vecteur de communication et un lieu d'attraction pour la clientèle. Mais elle a également permis de répondre à des problématiques de stockage (« auparavant, le vin était conservé en conteneur réfrigéré ») et de booster l'offre

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le vin, carburant de la reprise des CHR - Happy Few - Ecoaustral.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **5869**
Sujet du média : **Economie - Services**

19 Janvier 2022
Journalistes : **Arnaud Thomelin**
Nombre de mots : **16876**

commerciale de manière non négligeable. « Le chiffre d'affaires lié au vin a bondi de près de 50 %, se félicite Bertrand Van Hauw. C'est peut-être en partie dû également au passage en 5-étoiles, mais toujours est-il que nous avons dégagé de ce nouvel axe de développement une réelle valeur ajoutée. » Une valeur ajoutée largement supérieure aux attentes escomptées, d'autant plus que la réussite esthétique de la cave a incité les responsables de l'établissement à y organiser des dîners privatifs en accords mets et vins. « Les recettes additionnelles générées par cette privatisation n'étaient pas planifiées, et constituent un joli bonus dans le chiffre d'affaires du vin, de la restauration et de l'hôtel en général. » Vini, vidi, veci !

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Du 21 au 27 janvier 2022 P.6**
Journalistes : **E.B.**
Nombre de mots : **92**

LDI Wine finalise la cession des actifs d'Anagram

FRANCE

Après avoir cessé l'activité au 1er décembre de sa filiale Anagram, LDI Wine procède à la vente de ses stocks de 70000 hl et finalise le transfert juridique de ses actifs sur la maison mère pour réaliser la vente de son site de stockage-logistique (100000 hl de cuverie) de Piolenc (84) et de ses propriétés viticoles, soit 167,8 ha répartis dans 7 domaines du sud-est de la France. Anagram est issu de la reprise en 2018 des activités du vraqueur Raphaël Michel ■ *E.B.*

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 8607242600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MENTIONS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

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

1 Janvier 2022
Durée de l'extrait : **00:25:59**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
2 Mars 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220000238

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

In vino

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

2 Janvier 2022
Durée de l'extrait : **00:26:29**
Heure de passage : **12h29**
Disponible jusqu'au :
3 Mars 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220000693

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

SUD OUEST

www.sudouest.fr

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **5857507**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

7 Janvier 2022
Journalistes : **Julien Laurenceau**
Nombre de mots : **6484**

Visualiser l'article

Saint-Jean-de-Luz : un bilan en demi-teinte pour la fréquentation en ces vacances de fin d'année

Quelle que soit la fréquentation, le chalet du Père Noël de la place du collège reste une valeur sûre des fêtes de fin d'année à Saint-Jean-de-Luz. © Crédit photo : Saint-Jean-de-Luz Animations

Commerçants et hôteliers dressent un bilan mitigé de cette quinzaine de fêtes. La première semaine a été moins fréquentée qu'en 2020, mais une affluence en légère hausse est relevée pour la deuxième

Vue de Saint-Jean-de-Luz, cette trêve de fin d'année 2021 restera avant tout marquée par les températures idylliques savourées sur le sable autant que sur les terrasses des cafés. Des images aux airs de carte postale qui ont été une nouvelle fois largement relayées, y compris dans les JT nationaux. Des conditions météo qui ont fait du bien au moral et qui ont, à coup sûr, dopé la fréquentation de la deuxième semaine, mais qui une fois la pluie revenue s'accompagnent localement d'un bilan en demi-teinte.

Après un début perturbé par la météo maussade et les inondations du 10 décembre 2021, Noël à Bayonne a attiré beaucoup de monde en ville, grâce à un programme d'animations fourni et une météo exceptionnelle pendant les vacances

Appréhension de la cinquième vague de l'épidémie de Covid et annulation de la grande parade d'Olentzero n'ont pas aidé. Plusieurs indicateurs témoignent toutefois d'une assez belle fréquentation du centre-ville. « J'ai regardé sur l'un des compteurs de passages de la rue Gambetta et on est entre 9 000 et 12 000 personnes par jour », souligne notamment Lætitia Cartier, manager de ville commerce au sein de Saint-Jean-de-Luz Animations Commerces Événements. À titre d'information, le même compteur affiche, sur les plus grosses journées d'été, environ 22 000 passages par jour.

J'ai regardé sur l'un des compteurs de passages de la rue Gambetta et on est entre 9 000 et 12 000 personnes par jour

Des commerçants partagés

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Saint-Jean-de-Luz : un bilan en demi-teinte pour la fréquentation en ces vacances de fin d'année

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **5857507**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

7 Janvier 2022
Journalistes : **Julien Laurenceau**
Nombre de mots : **6484**

Visualiser l'article

C'est côté plage que l'affluence de ces fêtes de fin d'année aura été la plus remarquable. Vincent Dewitte

Les commerçants de la plus fréquentée des rues piétonnes luziennes confirment cette bonne note. « On a très bien travaillé, mieux que l'année dernière », témoigne, par exemple, la responsable de la Maison Francis Miot. Même tendance pour Thibault Lenoir, gérant de l'enseigne Katxi Klothing : « On est très content. Par rapport à l'année dernière, on est à + 20 % au niveau des ventes. »

Les résultats et commentaires ne sont toutefois pas les mêmes partout. En face de l'Office de tourisme et des halles, le caviste Nicolas répond que c'est « un peu moins bien que l'année dernière », mais que « dans l'ensemble l'année reste exceptionnelle ». Une certaine déception anime même le gérant de Luz Tuk Tuk. « Franchement ça a été assez calme. Personnellement, je m'attendais à plus », confie Nicolas Louberry.

La deuxième semaine, certains commerçants ont très bien travaillé et d'autres moins. Je n'ai pas trop d'explications

Interrogée jeudi 6 janvier, Carine Le Clanche, représentante du Collectif des commerçants luziens, créé sur Facebook après le premier confinement, reste prudente. « La première semaine, on a des commerces qui ont moins bien travaillé, avec des petites ventes et vraiment pas beaucoup de monde. La deuxième semaine, certains ont très bien travaillé et d'autres moins. Je n'ai pas trop d'explications », témoigne-t-elle.

Les soldes d'hiver débuteront mercredi 12 janvier pour environ quatre semaines. L'occasion de faire de bonnes affaires

Quelques pistes sont esquissées au niveau de l'Office de tourisme, où Isabelle Forget confirme une moins bonne affluence en première semaine, sans doute en raison de « l'ouverture des stations de ski et l'arrivée tardive de Noël cette année ». « Sur la deuxième semaine, on a une hausse de 5 % par rapport à Noël 2021. C'est notamment dû, je pense, à la météo exceptionnelle », poursuit la directrice de l'Office de tourisme Pays basque.

Sur la deuxième semaine, on a une hausse de 5 % par rapport à Noël 2021. C'est notamment dû, je pense, à la météo

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

exceptionnelle

Les hôteliers soulagés

Cette analyse se retrouve du côté des hébergements touristiques de la Cité des corsaires. Sous la menace d'un potentiel couvre-feu qui n'a finalement pas été mis en place, les visiteurs ont parfois attendu le dernier moment (et le beau temps) pour réserver leur séjour. « On a été très satisfaits de ces vacances, surtout la deuxième semaine », note-t-on à la réception de l'Hôtel de la Plage.

Même écho à l'Hôtel de la Poste : « On a fait des fêtes plus que correctes, surtout en dernière minute. » À part quelques annulations, Sabrina Lacaze, directrice de l'hôtel Madison, est elle aussi satisfaite : « La fréquentation a été très bonne, il y a eu beaucoup de demandes, et pour ma part, j'ai eu beaucoup plus de personnes la première semaine de la quinzaine. »

Le ministre délégué chargé du Tourisme s'est réjoui des bons chiffres des dernières vacances scolaires

Un bilan globalement positif, qui s'accompagne, pour tous, du souhait de ne plus vivre d'autres vacances de fin d'année sous la menace ou la contrainte des aléas de la crise sanitaire. Un voeu largement partagé par le service Saint-Jean-de-Luz Animations Commerces Événements, plutôt satisfait malgré les embûches de ce Noël 2021.

Le défilé d'Olentzero a été annulé, mais locaux comme visiteurs ont pu rendre visite à un Père Noël masqué, place du Collège, pour la deuxième année, chausser les patins sur la patinoire de la place Foch, admirer de nouvelles décorations sonores et lumineuses de la place Louis-XIV et profiter de nombreuses déambulations dans les rues piétonnes de la ville, appuie-t-on dans les bureaux de Saint-Jean-de-Luz Animations Commerces Événements.

À défaut de chiffres à avancer, le référent animations, William Georges, constate qu'en dépit du contexte, une nouvelle fois peu favorable, il y a eu « du monde partout ».

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

SUD OUEST
www.sudouest.com

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **956000**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **08 janvier 2022 P.23**
Journalistes : **Julien Laurenceau**
Nombre de mots : **918**

SAINT-JEAN-DE-LUZ

Des vacances de fin d'année en demi-teinte

Commerçants et hôteliers dressent un bilan mitigé des fêtes. La première semaine a été moins fréquentée qu'en 2020, mais une affluence en légère hausse est relevée pour la deuxième

Quelle que soit la fréquentation, le chalet du Père Noël de la place du Collège reste une valeur sûre des fêtes de fin d'année à Saint-Jean-de-Luz. SAINT-JEAN-DE-LUZ ANIMATIONS

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1137432600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

SUD OUEST
www.sudouest.com

SAINT-JEAN-DE-LUZ - Des vacances de fin d'année en demi-teinte

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **956000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **08 janvier 2022 P.23**

Journalistes : **Julien Laurenceau**

Nombre de mots : **918**

Vue de Saint-Jean-de-Luz, cette trêve de fin d'année 2021 restera avant tout marquée par les températures idylliques savourées sur le sable autant que sur les terrasses des cafés. Des images aux airs de carte postale qui ont été une nouvelle fois largement relayées, y compris dans les JT nationaux. Des conditions météo qui ont fait du bien au moral et qui ont, à coup sûr, dopé la fréquentation de la deuxième semaine, mais qui une fois la pluie revenue s'accompagnent localement d'un bilan en demi-teinte.

Appréhension de la cinquième vague de l'épidémie de Covid et annulation de la grande parade d'Olentzero n'ont pas aidé. Plusieurs indicateurs témoignent toutefois d'une assez belle fréquentation du centre-ville. « J'ai regardé sur l'un des compteurs de passages de la rue Gambetta et on est entre 9 000 et 12 000 personnes par jour », souligne notamment Lætitia Cartier, manager de ville commerce au sein de Saint-Jean-de-Luz Animations Commerces Événements. À titre d'information, le même compteur affiche, sur les plus grosses journées d'été, environ 22 000 passages par jour.

Des commerçants partagés

Les commerçants de la plus fréquentée des rues piétonnes luziennes confirment cette bonne note. « On a très bien travaillé, mieux que l'année dernière », témoigne, par exemple, la responsable de la Maison Francis Miot. Même tendance pour Thibault Lenoir, gérant de l'enseigne Katxi Klothing : « On est très content. Par rapport à l'année dernière, on est à + 20 % au niveau des ventes. »

Les résultats et commentaires ne sont toutefois pas les mêmes partout. En face de l'office de tourisme et des halles, le caviste Nicolas répond que c'est « un peu moins bien que l'année dernière », mais que « dans l'ensemble, l'année reste exceptionnelle ». Une certaine déception anime même le gérant de Luz Tuk Tuk. « Franchement, ça a été assez calme. Personnellement, je m'attendais à plus », confie Nicolas Louberry.

> « J'ai regardé sur l'un des compteurs de passages de la rue Gambetta et on est entre 9 000 et 12 000 personnes par jour »

Interrogée jeudi 6 janvier, Carine Le Clanche, représentante du Collectif des commerçants

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

SUD OUEST
www.sudouest.com

SAINT-JEAN-DE-LUZ - Des vacances de fin d'année en demi-teinte

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **956000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **08 janvier 2022 P.23**

Journalistes : **Julien Laurenceau**

Nombre de mots : **918**

luziens, créé sur Facebook après le premier confinement, reste prudente. « La première semaine, on a des commerces qui ont moins bien travaillé, avec des petites ventes et vraiment pas beaucoup de monde. La deuxième semaine, certains ont très bien travaillé et d'autres moins. Je n'ai pas trop d'explications », témoigne-t-elle.

Quelques pistes sont esquissées au niveau de l'office de tourisme, où Isabelle Forget confirme une moins bonne affluence en première semaine, sans doute en raison de « l'ouverture des stations de ski et l'arrivée tardive de Noël cette année ». « Sur la deuxième semaine, on a une hausse de 5 % par rapport à Noël 2020. C'est notamment dû, je pense, à la météo exceptionnelle », poursuit la directrice de l'Office de tourisme Pays basque.

Les hôteliers soulagés

Cette analyse se retrouve du côté des hébergements touristiques de la Cité des corsaires. Sous la menace d'un potentiel couvre-feu qui n'a finalement pas été mis en place, les visiteurs ont parfois attendu le dernier moment (et le beau temps) pour réserver leur séjour. « On a été très satisfaits de ces vacances, surtout la deuxième semaine », note-t-on à la réception de l'hôtel de la Plage.

Même écho à l'hôtel de La Poste : « On a fait des fêtes plus que correctes, surtout en dernière minute. » À part quelques annulations, Sabrina Lacaze, directrice de l'hôtel Madison, est elle aussi satisfaite : « La fréquentation a été très bonne, il y a eu beaucoup de demandes, et pour ma part, j'ai eu beaucoup plus de personnes la première semaine de la quinzaine. »

C'est côté plage que l'affluence de ces fêtes de fin d'année aura été la plus remarquable. V. D.

Un bilan globalement positif, qui s'accompagne, pour tous, du souhait de ne plus vivre d'autres vacances de fin d'année sous la menace ou la contrainte des aléas de la crise sanitaire. Un vœu largement partagé par le service Saint-Jean-de-Luz Animations Commerces Événements, plutôt satisfait malgré les embûches de ce Noël 2021.

Le défilé d'Olentzero a été annulé, mais locaux comme visiteurs ont pu rendre visite à un Père Noël masqué, place du Collège, pour la deuxième année, chausser les patins sur la patinoire de la place Foch, admirer de nouvelles décorations so-

> « La deuxième semaine, certains commerçants ont très bien travaillé et d'autres moins. Je n'ai pas trop d'explications »

nores et lumineuses de la place Louis-XIV et profiter de nombreuses déambulations dans les rues piétonnes de la ville, appuie-t-on dans les bureaux de Saint-Jean-de-Luz Animations Commerces Événements.

À défaut de chiffres à avancer, le référent animations, William Georges, constate qu'en dépit du contexte, une nouvelle fois peu favorable, il y a eu « du monde partout ».

Julien Laurenceau

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

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

9 Janvier 2022
Durée de l'extrait : **00:26:55**
Heure de passage : **12h31**
Disponible jusqu'au :
10 Mars 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220007689

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Art&Décoration

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **1727000**

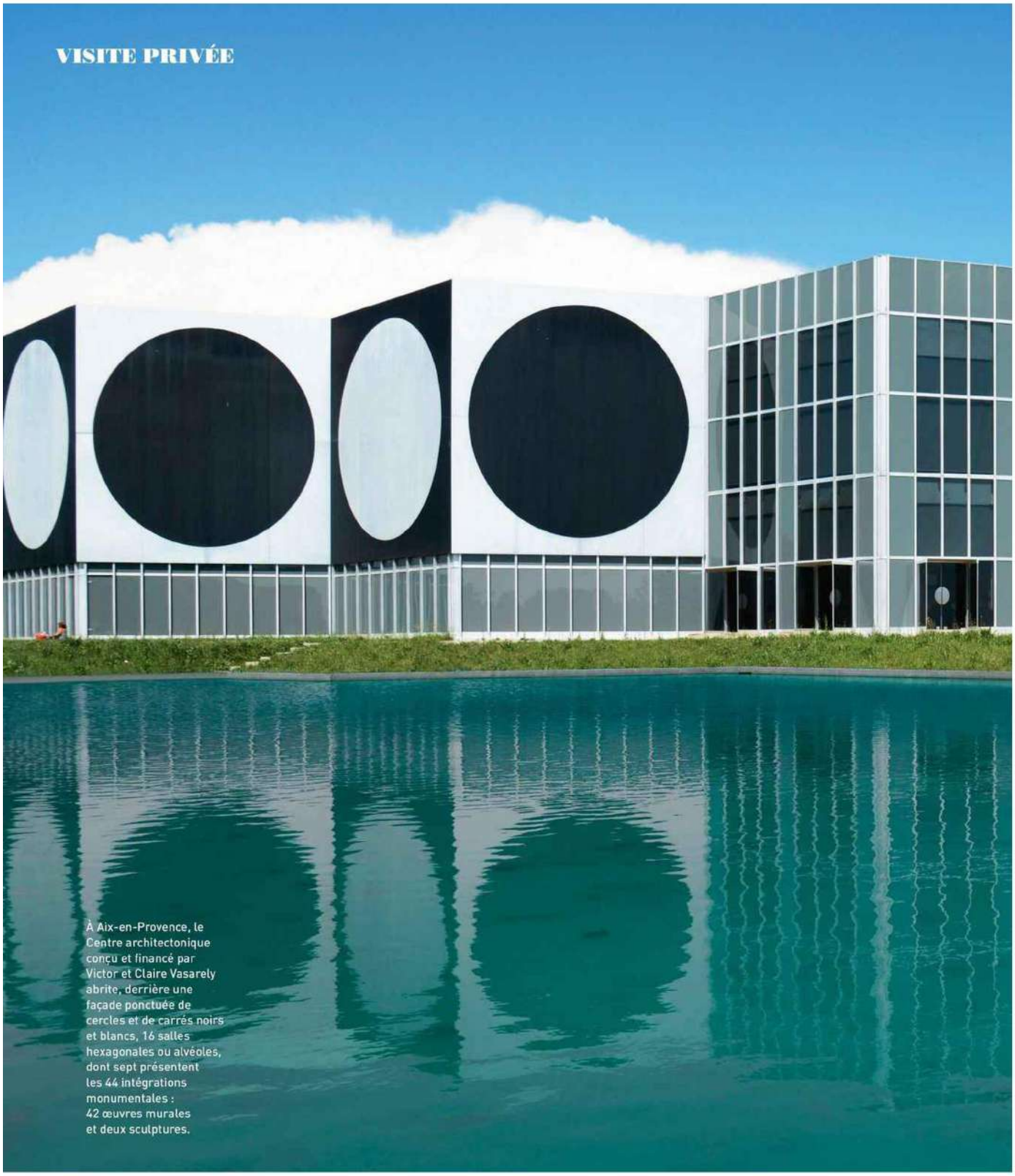
Sujet du média : **Maison-Décoration**

Edition : **Janvier - fevrier 2022**

Journalistes : **SERGE GLEIZES.**

Nombre de mots : **1301**

VISITE PRIVÉE



À Aix-en-Provence, le Centre architectonique conçu et financé par Victor et Claire Vasarely abrite, derrière une façade ponctuée de cercles et de carrés noirs et blancs, 16 salles hexagonales ou alvéoles, dont sept présentent les 44 intégrations monumentales : 42 œuvres murales et deux sculptures.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5702732600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Art&Décoration

LA FONDATION VASARELY & LA MAISON DES DEVENS - DANS L'INTIMITÉ DE VICTOR VASARELY

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **1727000**

Sujet du média : **Maison-Décoration**

Edition : **Janvier - fevrier 2022**

Journalistes : **SERGE GLEIZES.**

Nombre de mots : **1301**

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Art&Décoration

LA FONDATION VASARELY & LA MAISON DES DEVENS - DANS L'INTIMITÉ DE VICTOR VASARELY

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Mensuelle**

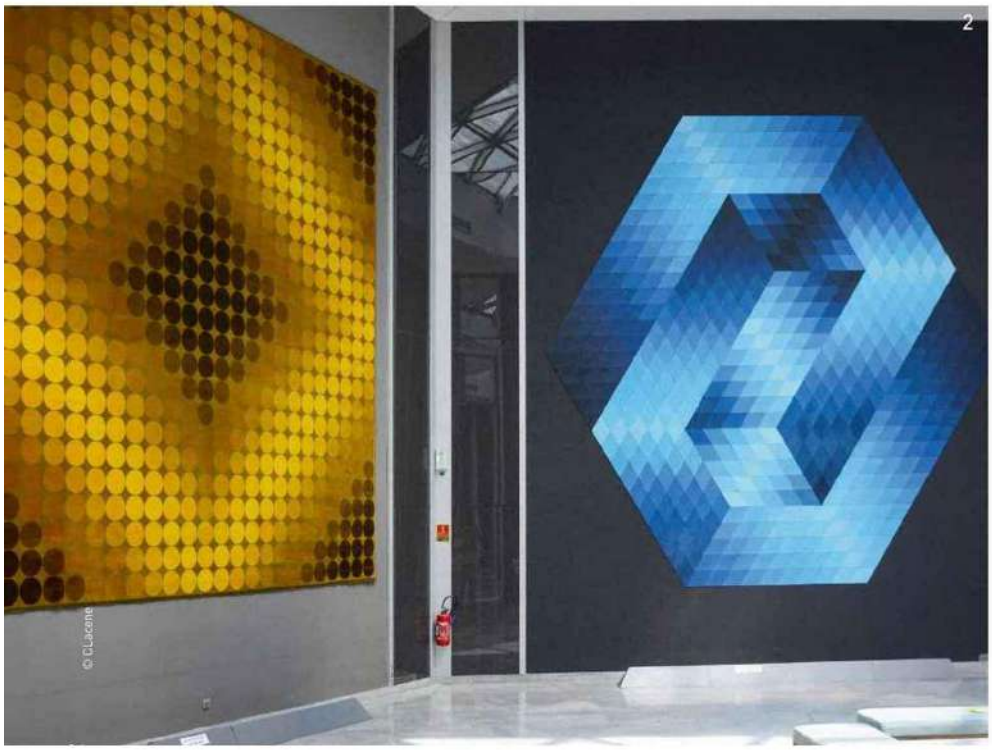
Audience : **1727000**

Sujet du média : **Maison-Décoration**

Edition : **Janvier - fevrier 2022**

Journalistes : **SERGE GLEIZES.**

Nombre de mots : **1301**



239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5702732600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Art&Décoration

LA FONDATION VASARELY & LA MAISON DES DEVENS - DANS L'INTIMITÉ DE VICTOR VASARELY

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **1727000**

Sujet du média : **Maison-Décoration**

Edition : **Janvier - fevrier 2022**

Journalistes : **SERGE GLEIZES.**

Nombre de mots : **1301**

Pierre Vasarely, petit-fils du plasticien et président de la Fondation Vasarely.

© Antoine Lorgnier

LA FONDATION VASARELY & LA MAISON DES DEVENS **VISITE PRIVÉE**

Il n'y aurait sans doute pas eu de fondation si la maison des Devens, à Gordes, dans le Luberon, n'avait pas existé. Il faut dire que lorsque Victor Vasarely découvre le village en 1948, invité par le peintre Jean Deyrolle, c'est un « *choc magistral dans ce Midi étourdissant* », écrit-il. Il succombe immédiatement à la luminosité, à l'aridité des paysages, au charme de ce lieu escarpé sur le flanc sud des monts de Vaucluse. En 1950, l'artiste acquiert une petite maison de berger située au milieu de bories (cabanes provençales en pierre sèche) qu'il aménage en chambres et en atelier afin que chacun y ait son pré carré. Inscrits à l'inventaire des monuments historiques, les Devens appartiennent à l'un de ses deux fils, André, et le projet est d'en faire une résidence d'artistes. « *Ce fut une véritable révolution de créer un musée dans ce petit village et d'exposer de l'art contemporain dans le château Renaissance dont mes grands-parents avaient financé la restauration, à une époque où il n'y avait ni autoroutes ni TGV,* explique Pierre Vasarely, petit-fils du plasticien. *Je suis heureux d'avoir contribué à la sauvegarde d'un patrimoine qui risquait de disparaître.* »

Un lieu monacal abritant une vie bien réglée

L'artiste aime immédiatement cette propriété sobre et authentique aux murs en pierre sèche, située dans un site aride et minéral, idéal pour mener à terme ses projets, mais surtout pour se retrouver, se ressourcer, se poser, lui qui a toujours eu une haute conscience du temps qui passe. Ici, il fuit les mondanités mais reçoit sa famille et ses proches. Amis artistes, collectionneurs et conservateurs de musées lui rendent visite, au compte-gouttes… Il adore dîner à ...

1. Dans la salle 5, à gauche, intégration murale *Our Mc*, cartons collés et encres sérigraphiques (1975) ; à droite, intégration murale *Kezdi*, cartons collés (1975). 2. Dans la salle 7, à gauche, tapisserie *Dia-Or*, réalisée à la savonnerie de la manufacture nationale des Gobelins (1975) ; à droite, intégration murale *Gestalt - Bleu*, cartons collés et encres sérigraphiques (1975).

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Art&Décoration

LA FONDATION VASARELY & LA MAISON DES DEVENS - DANS L'INTIMITÉ DE VICTOR VASARELY

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Mensuelle**

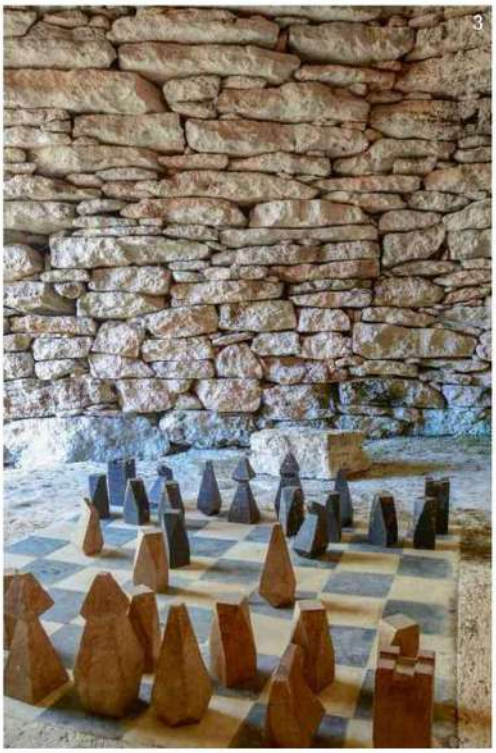
Audience : **1727000**

Sujet du média : **Maison-Décoration**

Edition : **Janvier - fevrier 2022**

Journalistes : **SERGE GLEIZES.**

Nombre de mots : **1301**



239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5702732600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Art&Décoration

LA FONDATION VASARELY & LA MAISON DES DEVENS - DANS L'INTIMITÉ DE VICTOR VASARELY

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Mensuelle**

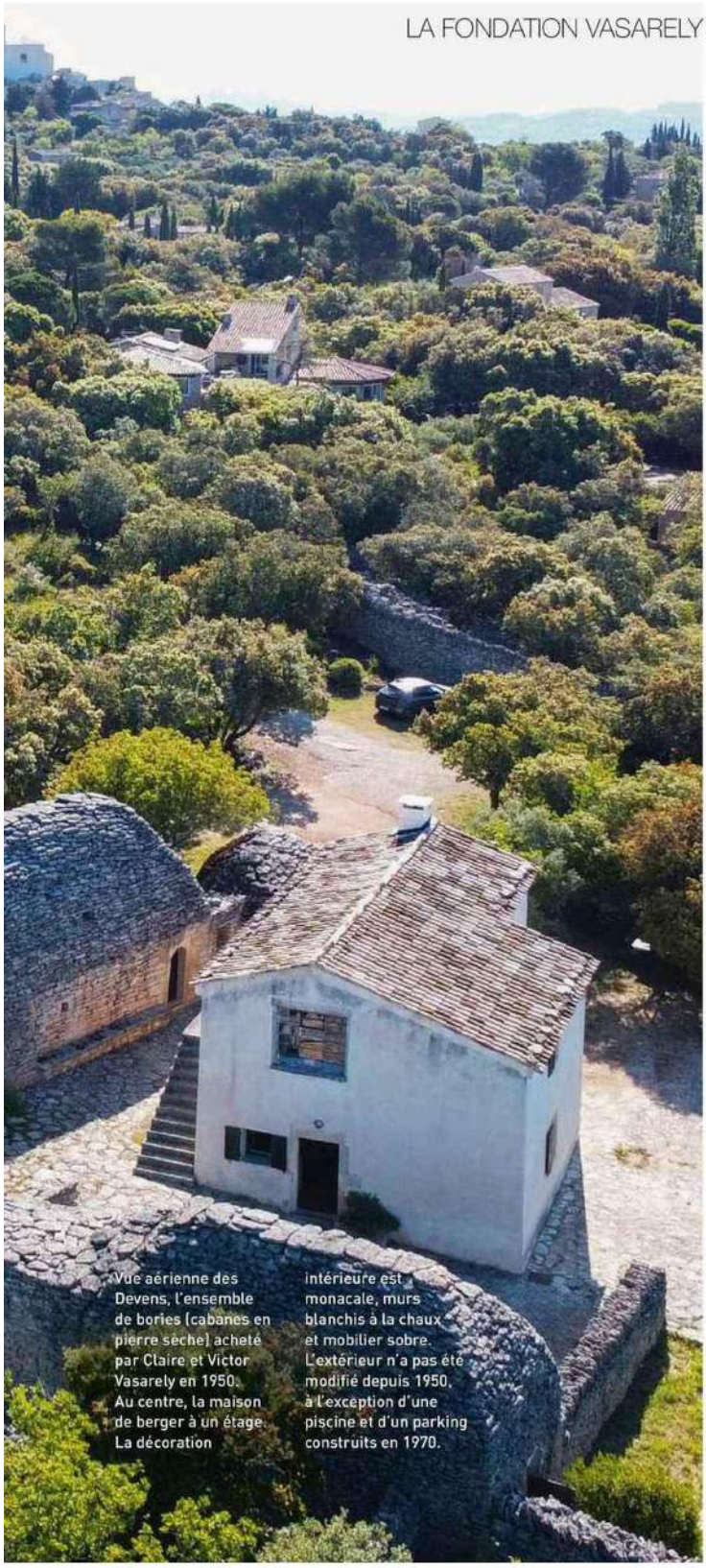
Audience : **1727000**

Sujet du média : **Maison-Décoration**

Edition : **Janvier - fevrier 2022**

Journalistes : **SERGE GLEIZES.**

Nombre de mots : **1301**



Vue aérienne des Devens, l'ensemble de bories (cabanes en pierre sèche) acheté par Claire et Victor Vasarely en 1950. Au centre, la maison de berger à un étage. La décoration intérieure est monacale, murs blanchis à la chaux et mobilier sobre. L'extérieur n'a pas été modifié depuis 1950, à l'exception d'une piscine et d'un parking construits en 1970.

© Antoine Lergnier

Tout autour de la maison et des bories, une garrigue de sept hectares où poussent également les oliviers.

... La Mayanelle, le restaurant de Gordes, et surtout déjeuner dans la borie réservée à cet effet avec Georges et Claude Pompidou. C'est d'ailleurs cette dernière qui inaugurera le Musée didactique, au château de Gordes, le 5 juin 1970, mais également le Centre architectonique à Aix-en-Provence, le 14 février 1976. Vasarely se rendra tous les étés à Gordes, de 1950 à 1990, avec Claire, son épouse, ses deux fils Yvaral et André, et à partir de 1960 avec Pierre, son unique petit-fils. C'est dans cette demeure fraîche l'été mais inhabitable l'hiver, car elle n'est pas chauffée, qu'il a la révélation, fasciné par la lumière intense que diffuse un petit fenestron carré percé dans un mur du salon : « *Cette ouverture, vue de l'extérieur, se métamorphose en un cube immatériel noir, insondable (...) pleins et vides se confondent, formes et fonds alternent* », écrit-il. Aux Devens, la vie est très organisée. Vasarely se réveille à sept heures, prend son petit déjeuner dans sa chambre-atelier puis fait une promenade d'une demi-heure dans la nature alentour. Ensuite, il lit la presse quotidienne en écoutant la radio. À huit heures, il se met à sa table de travail jusqu'à onze heures puis descend à la piscine faire quelques longueurs. Une demi-heure plus tard, il revient à l'atelier. À midi, c'est l'incontournable partie de pétanque. Déjeuner à treize heures, suivi d'une sieste d'une demi-heure, puis retour à sa table de travail à quatorze heures jusqu'à dix-sept heures trente. Partie d'échecs ensuite dans la borie qui abrite l'échiquier. Dix-neuf heures, dîner très simple préparé par Claire, à base de spécialités hongroises, devant l'émission *Des chiffres et des lettres*. Vingt heures trente, discussion avec son épouse au sujet de la journée du lendemain... ...

1. Dans le salon de la maison-atelier inscrite aux monuments historiques en 2018, de part et d'autre du fameux fenestron, trois sérigraphies originales, numérotées et signées.
2. Étui à lunettes, d'après l'œuvre en noir et blanc *Vega*.
3. L'une des bories avec son échiquier réalisé en 1960.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Art&Décoration

LA FONDATION VASARELY & LA MAISON DES DEVENS - DANS L'INTIMITÉ DE VICTOR VASARELY

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **1727000**

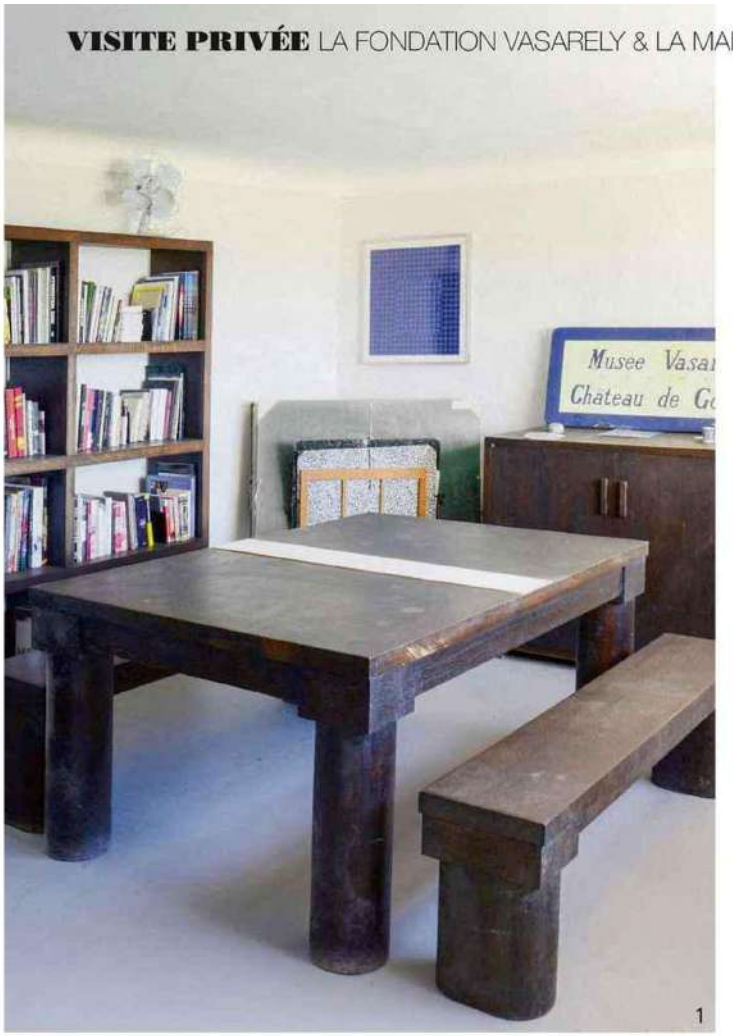
Sujet du média : **Maison-Décoration**

Edition : **Janvier - fevrier 2022**

Journalistes : **SERGE GLEIZES.**

Nombre de mots : **1301**

VISITE PRIVÉE LA FONDATION VASARELY & LA MAISON DES DEVENS



1

Cercle, carré, rectangle, ellipse, triangle… Des effets graphiques soumis à la magie des couleurs.

L'influence du Bauhaus

… Plasticien hongrois né à Pécs en 1906, naturalisé français en 1961 et mort à Paris en 1997, Victor Vasarely est considéré comme le père de l'op art (l'art optique). Dès 1930, il excelle dans le graphisme et collabore avec la SNCF, Air France, L'Oréal, les vins Nicolas, les laboratoires Pfizer… et après la guerre avec Renault, Lefranc Bourgeois, EDF, Taittinger, RTL, Saint-Gobain… Il doit également sa carrière à Claire, son épouse, rencontrée en 1928 au Mühely, le Bauhaus de Budapest, *« qui a sacrifié son activité d'artiste pour lui en 1956 »*, rappelle leur petit-fils. Si le projet de la Fondation émerge à Gordes en 1966, la première pierre de cette « cité polychrome du bonheur » est posée le 16 décembre 1973, avec Jean Sonnier, architecte en chef des monuments historiques assisté de Dominique Ronsseray et de Claude Pradel-Lebar, qui réalisa les 44 œuvres monumentales. Là, Vasarely dévoile sa philosophie, fortement influencée par les deux ans passés à Budapest, nourris des préceptes du Bauhaus de Weimar, *« l'art pour l'art, non ! L'art fonctionnel, oui ! »*. Postulat qu'il rêve de décliner dans les cités grises d'après-guerre, en imposant la couleur pour rendre le quotidien plus joyeux et mettre l'art à la portée de tous, *« parce qu'il est plus noble de donner à tout le monde que d'accaparer tout pour soi et ses proches »*, dira-t-il. Classé monument historique en 2013, devenu Musée de France en 2020, le Centre d'Aix-en-Provence accueille expositions, conférences, concerts, workshops et médiations culturelles. ■

2

3

© Willy Ronis – Antoine Lorgnier

1. L'atelier de l'artiste avec le mobilier en bois du designer belge Emiel Veranneman.
2. Vasarely dans le Musée didactique de Gordes en 1972 (photographie de Willy Ronis).
3. Accrochage de l'œuvre *Vega Sakk* dans le village de Gordes pour l'exposition organisée l'été dernier à l'occasion des 50 ans de la reconnaissance d'utilité publique de la Fondation.

Fondation Vasarely
1, avenue Marcel-Pagnol, 13090 Aix-en-Provence.
Tél. : 04 42 20 01 09. fondationvasarely.org
Jusqu'au 8 mai 2022, « La Fondation Vasarely, 50 ans de futur – L'art de demain sera trésor commun ou ne sera pas ».
À noter, la maison des Devens n'est pas ouverte au public.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Art&Décoration

LA FONDATION VASARELY & LA MAISON DES DEVENS - DANS L'INTIMITÉ DE VICTOR VASARELY

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **1727000**

Sujet du média : **Maison-Décoration**

Edition : **Janvier - fevrier 2022**

Journalistes : **SERGE GLEIZES.**

Nombre de mots : **1301**

Sur le mur de l'escalier qui mène à la chambre-atelier, une sérigraphie *Vega*, évoquant une structure en expansion.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5702732600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

mybettane+desseauve

www.mybettanedesseauve.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **5194**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

13 Janvier 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **20783**

Visualiser l'article

Les 20 champagnes de ma vie

Un grand champagne laisse à celui qui a la chance de l'apprécier un souvenir inoubliable. Michel Bettane, qui a eu la chance d'en déguster beaucoup, se remémore ses plus extraordinaires émotions

Cet article est paru dans *En Magnum* #26 actuellement en kiosque. Vous pouvez également l'acheter sur notre site ici . Ou sur cafeyn.co .

Choisir vingt champagnes dans une vie de dégustateur oblige sans doute à de très nombreuses omissions, mais permet aussi de mieux comprendre ce qui passionne dans ce vin hors norme, fierté nationale, boisson mondiale, pourtant mésestimé, hélas, chez beaucoup d'amateurs. On l'accuse souvent d'être dans son principe une manipulation hors sol, un vin habilement marketé issu d'une viticulture honteusement productiviste. Certaines sensibilités ont contourné la question en opposant le vin de petit producteur, plus proche de la vérité du terroir, et celui des grandes ou moins grandes marques. Mais depuis près de quarante ans que je déguste, compare ou bois à chaque nouvelle récolte plusieurs centaines de vins, voire un bon millier, après avoir arpenté le vignoble dans tous les sens et rencontré au moins deux générations de chefs de cave, ce sont les vins issus d'assemblage qui restent le plus gravés dans ma mémoire. Je suis pourtant loin d'avoir négligé la production des récoltants-manipulants et fier d'avoir été un des premiers, sinon le premier, à avoir fait connaître le travail d'Anselme Selosse, de Francis Egly, de Xavier Gonnet et de tant d'autres. Cependant, à quelques exceptions près que j'ai le plaisir de partager avec nos lecteurs, je ne peux que confirmer qu'après un vieillissement suffisant, ce sont les cuvées de prestige issues d'assemblages exigeants de grandes maisons champenoises qui expriment avec le plus de force le don de la nature, interprété avec un immense savoir-faire humain.

Qu'il soit crayeux ou argileux, le terroir champenois reste, malgré le réchauffement climatique, une source de difficultés constantes : fortes pentes, aléas climatiques et, surtout, matière première différente de toutes les autres puisque c'est au cours de sa seconde fermentation en bouteille que le vin se crée et se distingue. Le fameux classement sur une échelle de 100 est trompeur pour juger du potentiel des vins puisqu'il inclut le village tout entier, haut, milieu, bas de pente, exposition sud, ouest, est, même nord, ce qui ne veut rien dire. Mais il est vrai qu'en coeur de grand cru ou de très bon premier cru, le vin atteint une finesse et une complexité supérieures si on sait assembler correctement le produit des différents cépages, des innombrables origines (souvent plus de cinquante pour les cuvées phares) et même de différents millésimes grâce au génie des vins de réserve. Ces assemblages augmentent au vieillissement le caractère du vin même s'ils le rendent plus difficile à comprendre à la naissance. Ce qui n'exclut pas l'importance de la viticulture, ni le caractère irremplaçable de quelques rares lieux-dits capables de produire un vin complet, se suffisant à lui-même, mais en quantité forcément réduite et incapable de rayonner dans le monde, sauf auprès de quelques richissimes spéculateurs.

Notre petit monde si prompt à la critique discute souvent de la question du dosage. Le dosage ou le non-dosage font partie intégrante du produit, c'est un choix esthétique plus qu'industriel. On soupçonne qu'il cache les défauts, mais on affirme en même temps qu'il les augmente, ce qui ne semble pas logique. De fait, avec l'expérience, un dosage proportionnel à la matière première, et donc plus faible aujourd'hui qu'hier en raison de la plus grande maturité des raisins, offre un petit volant de confort qui permet après huit ou dix ans d'allonger la saveur : quelques grammes de sucre, deux, trois, six au maximum suffisent. Les vins non dosés ont généralement une finale abrupte qui peut plaire à 9 heures du matin et moins à 16 heures. En effet, nous ne percevons pas les équilibres de la même façon au cours de la journée et, surtout, entre la dégustation pure et la dégustation gastronomique du vin à table. On imagine le casse-tête pour un bon chef de cave quand il faut faire les arbitrages nécessaires pour un usage universel du vin. Le dosage intelligent a permis de fidéliser des millions de consommateurs à travers le monde, à commencer par le signataire de ces lignes !

Pol Roger 1921

On est visiblement fier de ce millésime mythique chez Pol Roger qui en a conservé quelques bouteilles pour les grands moments. Je me souviens qu'au début des années 1980 chez Steven Spurrier, Christian Pol Roger l'avait mis en fin de

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

dégustation. Le naïf que j'étais avait levé la main et demandé à Christian, l'élégance et la politesse incarnées, pourquoi les vins récents n'étaient pas aussi bons. Il avait souri et ne m'en a jamais voulu. Une autre viticulture, sans doute, l'oeuvre du temps et la prodigieuse longévité permise par les grands terroirs champenois.

Bollinger, R.D. 1959

J'ai " appris les champagnes dans les années 1970 avec Guy Adam, remarquable chef de cave de Bollinger. Il m'avait à la bonne et m'a généreusement initié au grand style de l'assemblage maison. Mais je ne comprenais pas la marque R.D. qui désignait bizarrement les assemblages les plus longuement vieillis sur pointe, sans aucun rapport avec un dégorgement récent. Je trouvais même que, juste après dégorgement, le vin était plus oxydatif que cinq ans plus tard. J'avais donc apporté vers 1981 un R.D. 1959, dégorgé en 1975, qui m'avait coûté une fortune chez **Nicolas** pour le comparer avec Guy au même 1959, mais dégorgé depuis six mois. Il n'y avait pas photo et on imagine à quel point j'étais fier que Guy partage mon point de vue. Je n'ai pas changé d'avis depuis, mais le somptueux 1959, s'il en reste, me survivra, R.D. ou pas R.D. !

Krug 1961

Krug et son grand style, de la Private Cuvée devenue Grande Cuvée qu'il faut au moins laisser vieillir trois ou quatre ans après dégorgement, jusqu'à tous les millésimes qui ont marqué ma vie de dégustateur et continuent à faire mon admiration. Je retiens le 1961 parce que Rémi Krug, il y a déjà plus d'un quart de siècle, l'avait mis au menu d'un grand déjeuner pour accompagner des ortolans, seule occasion jusqu'ici où j'ai pu en manger, avec le rite de la serviette couvrant la tête. Ce fut divin, mets, comme vin. Et aucun autre vin n'aurait pu faire mieux.

Lanson 1976 (en magnum)

Dans sa grande époque, fastueuse et sans doute un peu arrogante, rappelons-nous les clips baroques « Lanson l'enchanteur » quand on pouvait encore faire de la publicité sur un vin à la télévision, Lanson possédait un magnifique vignoble, qui enrichit maintenant Dom Pérignon. Les vins avaient une forte personnalité, liée à l'absence volontaire de fermentation malolactique, et une grande longévité. La maison a conservé quelques magnums de ce passé glorieux et les met parfois en vente. On pensait à sa naissance que le 1976, année de canicule et sécheresse, vieillirait mal. Quelle erreur. Il y a encore cinq ans, il développait un bouquet magnifique, tertiaire et grillé, mais sans faiblesse, avec une énergie qui prouve encore une fois que c'est la matière qui fait vieillir les blancs, et pas l'acidité. On souhaite aux vins récents le même destin.

Veuve Clicquot, Rosé 1978

Les chefs de cave classiques n'aimaient pas faire du rosé ou bien considéraient que la couleur ne devait pas faire le goût et que dans un verre noir personne ne devait faire de différence. Cela a évidemment bien changé et nous sommes accablés de cuvées plus ou moins abouties, sans unité de style. Mais le grand rosé n'est pas une création récente. Dotée d'un magnifique parcellaire à Bouzy, la maison Veuve Clicquot a toujours obtenu le vin rouge capable de transcender un assemblage et de donner un champagne aussi original que complexe, dans sa force aromatique, comme dans sa persistance. Les 1978 récemment remis en vente dans une petite série collection sont tout simplement prodigieux. Quelques grandes maisons continuent à raffiner leur élaboration, Veuve Clicquot en tête avec ses dernières cuvées La Grande Dame.

Krug, Clos du Mesnil 1979

Une grande maison, c'est avant tout une maison qui sait assembler cépages, terroirs et millésimes pour atteindre un certain idéal reproductible sur le long terme. Mais il y a des accidents qui vous conduisent dans une toute autre direction. Le monocru monomillésime, monoparcelle. À l'origine, les Krug achètent ce clos du Mesnil pour le mettre dans leur millésime, mais le caractère du vin est tel qu'il ne s'en laisse pas conter. Conservé à part, le 1979 enchante par sa vigueur, son raffinement et sa longueur en bouche. Le clos renaît, Tarin il fut, Mesnil il sera, et si de nombreux millésimes depuis égalent ce 1979, aucun ne l'a dépassé. Commercialement, c'est un bon garçon par sa rareté et son prix.

Dom Pérignon 1983

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Il est de bon ton de faire l'indifférent ou de jouer au critique petit bras devant les millions de bouteilles de la cuvée phare du champagne. Tout juste admet-on que, depuis 2003, sous l'influence du génial Richard Geoffroy et de son concept haute couture sans couture, le vin aurait plus de classe. Mais lorsqu'on fait vieillir les vieux assemblages, et sans même leur donner une seconde vie, on s'aperçoit du parfait équilibre pinot-chardonnay que ses prédécesseurs, le duo Coulon-Foulon, avec la même adresse, avaient mis au point. On constate aussi les bienfaits d'une vinification réductive qui conserve intact l'élan de jeunesse trente-cinq ans plus tard. Je garde un souvenir ému de la dernière bouteille de ma cave dans ce millésime, d'une finesse et d'un éclat qu'aucun autre champagne du millésime n'a atteint.

Palmer & Co, Blanc de blancs 1985

Les caves coopératives jouent un rôle important et pourtant sous-estimé dans l'univers champenois, aussi bien les petites coopératives de communes que celles capables d'avoir créé leur marque et leur style. Aucune ne l'a fait avec une telle constance et une telle modestie que Palmer. 1985 fut un grand millésime de toute petite récolte et les grands vins abondent, mais dans une dégustation comparative qui m'a marqué, le blanc de blancs de cette coopérative modèle a tenu tête aux cuvées de prestige les plus réputées. Un admirable bouquet toasté, sans la lourdeur de ce qu'on appelle un peu perfidement« le goût anglais », et un éclat calcaire remarquable, bien que les chardonnays proviennent en bonne proportion de Trépail et Villers-Marmery, plus harmonieux que salins en principe. Il y avait à l'oeuvre un grand chef de cave, Michel Davesne, passé depuis chez Deutz avec le succès que l'on sait.

Charles Heidsieck, Blanc des Millénaires 1985

L'autre grand blanc de blancs de ce millésime est incontestablement ce champagne issu des grands crus de la côte des Blancs, mais surtout élevé dans les crayères de Reims. Je suis persuadé que le caractère crayeux magnifique qu'on admire aussi bien dans cette cuvée que dans le Comtes de Champagne de Taittinger provient de ces crayères, de leur humidité et température, et du parfum de leur atmosphère, intimement lié au caractère du sol kimmeridgien des grands terroirs. Et quelle adresse dans le dosage du dosage, à l'opposé des bruts brutaux à la mode, qui allonge, raffine, habille, texture, ce qui ne serait sans lui que des bulles fantômes.

Salon 1985

Le génie du Mesnil, ce cru indomptable lorsqu'il provient des meilleures parcelles, n'a jamais été aussi éclatant que dans ce millésime de Salon. On y trouve les notes de fleurs blanches, et aussi de chanterelle et de beurre créées par la seconde fermentation, mais à partir des ferments et du style des vins tranquille de départ, et une énergie incroyable que je n'ai pas retrouvée depuis avec la même constance. On lui a dit adieu il y a deux ans, mais il doit en rester quelques bouteilles chez Delamotte !

Pierre Moncuit, cuvée Nicole Moncuit 1988

Toujours ce Mesnil si cher à mon coeur et, pour une fois, parcellaire, au fameux lieu-dit des Chétillons où ressurgit en bas de pente la marne incomparable de la côte. Une vieille vigne, une viticulture certainement pas bio mais attentive, une vinification sans tralala ni concept philosophique plus ou moins abscons, mais sans paresse ni routine. Pas de bois ni de langue de bois, mais de la race, concept évidemment non raciste qui définit l'intensité dans l'originalité des vrais grands terroirs. Et une main féminine qui tient les rênes, de grand-mère à petite fille.

Egly-Ouriet, Blanc de noirs grand cru

Encore une cuvée devenue culte et pourtant née accidentellement. Personne, au milieu des années 1980, ne revendiquait l'appellation pourtant officielle de blanc de noirs, en pleine mode ascendante des blancs de blancs et sans doute par peur de l'oxymore et de son interprétation raciste ou antiraciste. Mais chez Michel et Francis Egly, les vins issus du lieu-dit Les Crayères à Ambonnay était de trop fortes têtes qui ne voulaient s'assembler à rien et « traçaient », comme on dit là-bas. Alors ils les ont mis à part et, dès les premières dégustations, le succès planétaire est arrivé. Depuis, les blancs de noirs, même faits avec des meuniers, se multiplient, mais très peu atteignent cette excellence renouvelée depuis 1989, non millésimée (il s'agit toujours d'un assemblage de deux millésimes) et reconnue de tous, amateurs et professionnels. Le grand retour du pinot noir

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

commence bien là.

Pommery, Cuvée Louise 1990

Il y a de grands assemblages qui ne demandent pas de chercher de midi à quatorze heures. Vous prenez les meilleures parcelles d'Aÿ, d'Avize et de Cramant, qui ont fait longtemps la gloire de Pommery et désormais allongent et raffinent Dom Pérignon, un chef de cave attentif, Thierry Gasco, inspiré par l'exemple de Guy de Polignac, et sans grande surprise vous composez un champagne d'une exquise finesse, qui n'exclut pas l'intensité, mais surtout qui frappe par la délicatesse des bulles, incomparable, et surtout leur texture crayeuse, tout autant que celle du liquide. En fait, une parfaite fusion des deux. Je crois savoir que la " recette n'a pas changé, avec pratiquement les mêmes sources, et tant mieux car sans Louise la champagne ne serait pas ce qu'elle est.

Laurent-Perrier, Grand Siècle Itération n°17

Le curieux mot itération, répétition du même, est une idée marketing récente mais vraiment fondée sur le principe même de ce modèle de cuvée de prestige. Depuis sa création, et pour en maintenir la constance de style, la maison assemble trois millésimes de purs grands crus, moitié pinot, moitié chardonnay, et conserve évidemment des flacons de chaque assemblage. En les numérotant et en les remettant en vente en toute petite quantité, Laurent-Perrier veut montrer que c'est une combinaison gagnante, même si aujourd'hui les vins millésimés sont plus appréciés, ce que je regrette souvent. L'itération 17, magnifique, pour moi peut être la plus pure de toutes, assemble 1990, 1993 et 1995. Mais l'actuelle n°24 n'est pas mal non plus.

William Deutz, La Côte Glacière 2012

Encore une grande cuvée parcellaire, infiniment plus intense et racée que la plupart des autres, qui obéissent trop à une mode née d'une consommation immédiate et du modèle bourguignon, moins adapté à la Champagne. Cette « côte », qui jouxte les bâtiments de la maison, a la force de tous les coeurs de terroir grand cru, plus l'élégance inégalable des vins d'Aÿ, et se suffit à elle-même par son équilibre et surtout sa capacité à devenir de plus en plus complexe au vieillissement. Très vieille, la vigne entrait dans l'élaboration de la cuvée normale William Deutz, si estimée, à juste titre, de nos meilleurs sommeliers. Fabrice Rosset, le patron de la maison, souhaitait rendre cette cuvée encore plus exclusive et coller au plus près du terroir. Il y est parvenu.

Taittinger, C**omtes de Champagne 1995**

Je n'ai jamais caché mon faible pour cette cuvée, admirable par son style, sa constance et sa façon de donner une ampleur de texture et de saveur au chardonnay qui convient particulièrement à la grande gastronomie et ses produits les plus savoureux, du turbot au homard, de la Bresse à Challans. Ce que l'on sait moins, mais qui montre la force du terroir, c'est qu'une partie importante de la cuvée provient dès sa création en 1952 de parcelles idéalement situées de coopérateurs d'Avize, qui n'ont pratiquement jamais changé, évidemment vinifiées selon les critères de la maison et, surtout, élevées en crayères avec l'inimitable patine qu'elles apportent au vin. Le 1995 est à son apogée, une vraie merveille.

Jacquesson, Aÿ Vauzelles Terme 1996

Les frères Chiquet ont progressivement conduit cette marque si chargée d'histoire au plus haut niveau de la production de vins de lieu et de caractère. Sur leurs petites parcelles d'Aÿ, ils élaborent parfois une cuvée fortement identitaire qui a trouvé en 1996 des conditions idéales dans l'équilibre maturité-acidité. Le terroir magique d'Aÿ s'y exprime au plus haut niveau de finesse, d'intensité et de complexité, avec ce caractère minéral si spécial qui fait se rejoindre dans le même élan salin pinot noir et chardonnay. Peu de 1996 ont vieilli avec la même constance, malgré tous les espoirs formulés à la naissance du millésime. De nos jours, la maison préfère le plus souvent intégrer le vin de ces parcelles à sa cuvée non millésimée, mais numérotée, pilier de la marque. Elle y gagne évidemment, mais sans jamais égaler l'originalité de l'Aÿ pur.

Piper Heidsieck, Rare 1998

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

On peut juger trop bling-bling le clinquant de la bouteille, fait pour plaire à une certaine clientèle, mais il ne faudrait pas que cela empêche d'admirer comme il le mérite ce vin de prestige, à la finesse aromatique transcendante. À de nombreuses reprises, en tant que juge, je lui ai donné à l'aveugle la plus haute note de mes dégustations de champagne, et je n'étais pas le seul à Tokyo pour ce 1998. Cette cuvée offre le type de réduction grillée, tendre mais intense, qui séduit l'amateur le plus blasé comme le consommateur moins connaisseur, mais sans préjugé, et on peut faire confiance à Régis Camus, le grand chef de cave de la maison, pour en perpétuer la rare perfection.

Philipponnat, Les Cintres 2008

Aucun vignoble champenois n'est plus spectaculaire que le clos des Goisses qui surplombe à Mareuil, de sa pente vertigineuse, le canal de la Marne. Grâce à son sol calcaire et son exposition idéale, le vin atteint une plénitude reconnue par tous depuis qu'il est vinifié à part. J'ai toujours considéré que le pinot noir était supérieur au chardonnay pour l'expression de la force du terroir et je suis heureux que Charles Philipponnat ait progressivement isolé quelques parcelles de pinot noir pur pour produire cette étonnante et rare cuvée, réunion des « petits cintres » et des « grands cintres », au coeur du clos. Rien n'égale en vin de champagne la puissance et la majesté de constitution de ces deux parcelles, apothéose du blanc de noirs. Apogée prévisible vers 2028.

Guiborat, De Caures à Mont-Aigu 2014

J'ai toujours eu un faible pour les vins de Cramant, merveilleux en vin tranquille, chez Roederer ou Dom Pérignon, avant assemblage. Beaucoup de déceptions cependant avec les vins d'autres marques, soit trop lourds, soit trop acides, sauf pour ceux assemblés avec des vins voisins de Cuis. Une nouvelle génération pratiquant une viticulture bien plus précise et moins productiviste leur redonne progressivement toute leur force. Richard Fouquet en fait partie et, à chaque nouveau millésime, affine le style de ses vins de Cramant. Montaigu, officiellement sur Chouilly, ne fait que prolonger au nord les coteaux de Cramant, dont le délicieux Caures, dont il égale et parfois surpasse la pureté minérale. Le côté cristallin de ce 2014, assemblage des deux lieux-dits, est proprement irrésistible et place la marque Guiborat du nom de la grand-mère de Richard au sommet de l'élite des récoltants-manipulants de la côte des Blancs. D'autant plus que même les vins d'entrée de gamme ont cette transparence.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

In vino

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

16 Janvier 2022
Durée de l'extrait : **00:26:23**
Heure de passage : **12h29**
Disponible jusqu'au :
17 Mars 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220015136

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

In vino

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

23 Janvier 2022
Durée de l'extrait : **00:27:19**
Heure de passage : **12h31**
Disponible jusqu'au :
24 Mars 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220023033

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

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

30 Janvier 2022
Durée de l'extrait : **00:26:45**
Heure de passage : **12h31**
Disponible jusqu'au :
31 Mars 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220030605

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

REVUE DE PRESSE NICOLAS

FEVRIER

Omnicom Public Relations Group

CORPORATE

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Radio FRA

SUD RADIO

Le grand matin

Résumé: Chronique - L'enseigne Cavistes Nicolas va fêter cette année leur bicentenaire. Itw de Christopher Hermelin, directeur de la communication et du marketing du Cavistes Nicolas.

22 Fevrier 2022
Durée de l'extrait : **00:06:11**
Heure de passage : **06h51**
Disponible jusqu'au :
23 Avril 2022

PR **Patrick ROGER**

CM **Cécile DE MENIBUS**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
06:50 - 10:00
Audience : **255000**
Thématique de l'émission :
Actualités-Infos Générales

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220051777

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

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

PRODUITS

Web FRA

Femme actuelle

photo.femmeactuelle.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **1186845**
Sujet du média : **Lifestyle**

10 Fevrier 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **11009**

Visualiser l'article

Saint-Valentin 2022 : nos idées géniales de cadeaux à offrir à votre moitié

Tirages vintage - LALALAB

À acheter

Imprimez des photos intimes ou des moments de vie pour la Saint-Valentin. Vous pouvez aussi opter pour un calendrier personnalisé avec vos souvenirs, un magnet, un livre photo ou un poème. Ambiance nostalgique garantie !

Prix : à partir de 0,22 € le tirage
photo 1/23 © LALALAB

CASTELNICOLAS2 - CISION 360253033

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Jeu érotique - DORCEL

À acheter

Pimentez votre soirée de Saint-Valentin en offrant ce jeu de plateau coquin à votre moitié. Cette édition propose de s'initier au sadomasochisme à deux en une partie d'environ 50 minutes.

La marque DORCEL propose plusieurs autres cadeaux coquins sur son site (porte-jarretelles, coffrets...)

Le coffret contient :

2 liens en satin, un mini fouet, 69 gages soft, 69 gages hard et expert, 10 cartes contre-dominant, 2 pions, un dé, un plateau, une boîte de jeu, une règle du jeu

Prix : 39,99 €
photo 2/23 © DORCEL

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

La Rosé - Jaillance

À acheter

Si vous prévoyez de faire l'apéritif ou le dîner de Saint-Valentin à la maison, la Rosé de Jaillance est le vin qu'il vous faut. Doux, ce vin mousseux aux arômes de griottes, framboises avec une note délicate de litchi apportera une touche rosée à votre soirée. Ce vin bio est issu des cépages muscat à petits grains blancs et rouge et gamay.

Prix : 5,95 €
photo 3/23 © Jaillance

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Bouquet - Madame veut des roses

À acheter

Madame Veut Des Roses une marque française qui propose des roses éternelles disposées dans des écrins en forme de coeur, de carré ou de rond.

Prix : 149 € les 18 roses

photo 4/23 © Madame veut des roses

CASTELNICOLAS2 - CISION 360253033

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

réveil qui aide à s'endormir - Terraillon

À acheter

Votre moitié a du mal à s'endormir ? Offrez-lui ce réveil Aloha qui aide à l'endormissement et vous l'aiderez à se réveiller mieux reposé(e).

Disponible en bleu et rouge.

Prix : 79,99 €
photo 5/23 © Terraillon

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Jeu de cartes en couple - SOCIAL

À acheter

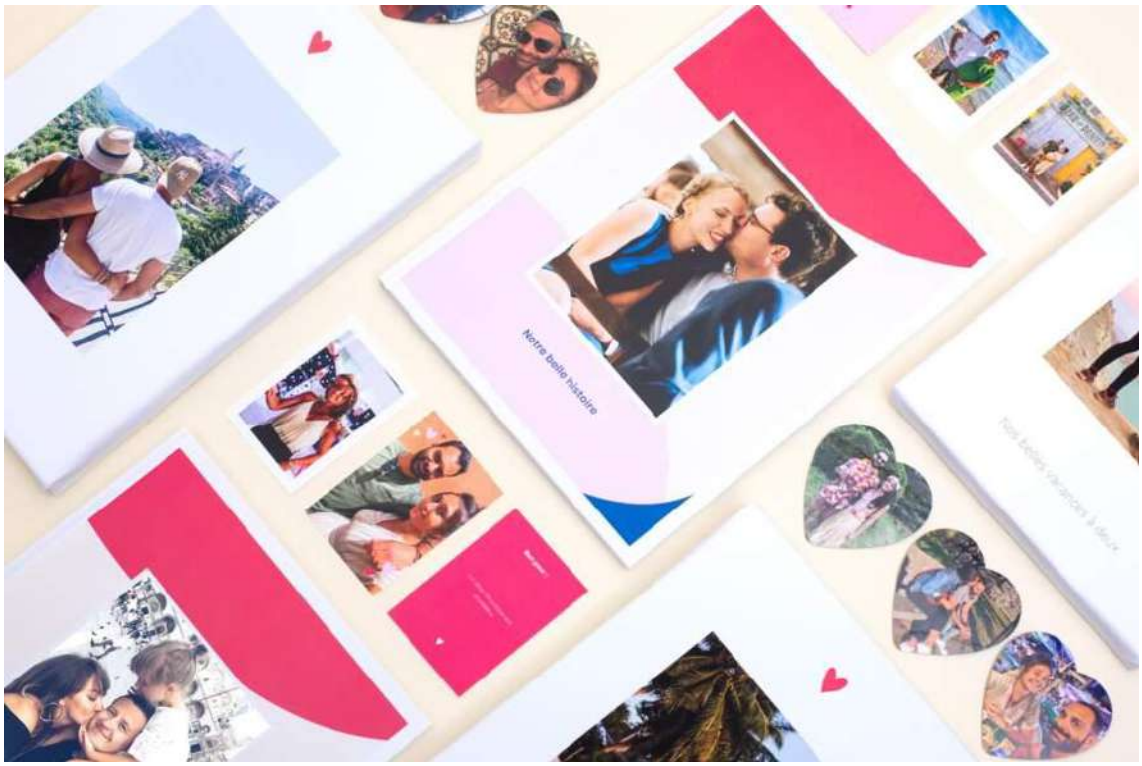
Brisez les tabous avec ce jeu de carte et discutez de tous les sujets du couple : sexualité, expériences, émotions, projets, inspirations. Imaginez l'avenir avec votre moitié autour de ces 110 cartes. Un cadeau feel good à s'offrir.

Existe édition couple et édition famille

Disponible dans les magasins et site internet Fnac et Amazon .

Prix : 15,90€
photo 6/23 © SOCIAL / Savana

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



Very Little Box - Cheerz

À acheter

Personnalisez une box de souvenirs avec la Very Little Box de Cheerz ! Incluez-y vos plus beaux souvenirs mais aussi des selfies rigolos et des moments de vie.

Prix : à partir de 12,90 €
photo 7/23 © Cheerz

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Luminaire en forme de coeur- Paulmann

À acheter

Pimpez votre décoration intérieure pour la Saint-Valentin avec les luminaires Paulmann. Roses et forme de coeur, ils vous aideront à conclure pour sûr !

Lumières décoratives disponibles en bleu, rose, orange et vert.

Prix : 15,95 €
photo 8/23 © Paulmann

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Pinot gris Luxuriance 2019 - Wolfberger

À acheter

Pour accompagner votre menu de la Saint-Valentin, servez ce pinot gris. Ce cépage blanc doux exprimes des arômes de fruits (poire, abricot, orange sanguine), d'épices (vanille, poivre) et de café torréfié. Il s'accorde aussi bien avec des plats sucrés-salés qu'avec des fromages affinés et des desserts aux agrumes ou au chocolat.

Prix : 14,95 €
photo 9/23 © Wolfberger

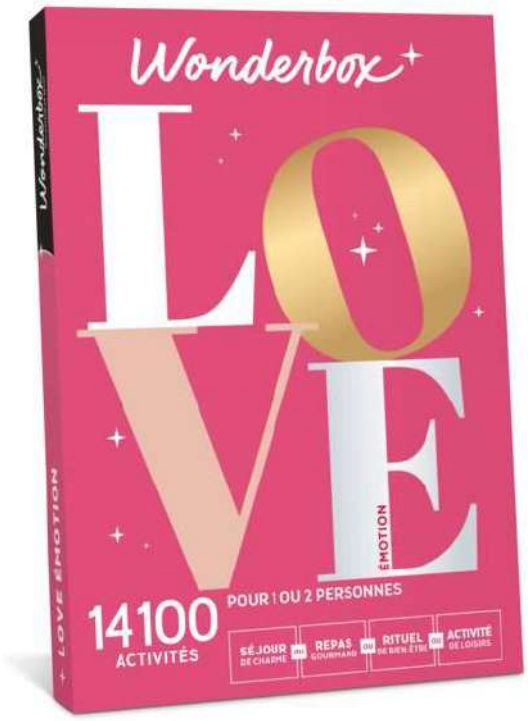
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Saint-Valentin 2022 : nos idées géniales de cadeaux à offrir à votre moitié

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **1186845**
Sujet du média : **Lifestyle**

10 Fevrier 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **11009**

Visualiser l'article



- Wonderbox

À acheter

photo 10/23 © Wonderbox

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Saint-Valentin 2022 : nos idées géniales de cadeaux à offrir à votre moitié

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **1186845**
Sujet du média : **Lifestyle**

10 Fevrier 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **11009**

Montre connectée - Amazfit

À acheter

Pour la Saint-Valentin, offrez-vous un cadeau à deux. Grâce à son montre connectée, Amazift propose de faire battre les coeur à l'unisson. Elle vous permettra de suivre vos battements du coeur lors d'une activité physique en duo - mais pas que. La version GTS 2e et GTR 2e est pour les plus amoureux sportifs, la GTS 3 pour les amoureux du style et la BIP U pour les amoureux qui veulent se mettre à la montre connectée.

Prix : GTS 3 : 159,90 €, GTS 2e et GTR 2e : 199,80 € les deux montres, BIP U : 80,58 € les deux.
photo 11/23 © Amazfit

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Écouteurs sans fil - JVC

À acheter

15 minutes de charge sont nécessaires pour 1 h de lecture. Ils sont fournis en 3 tailles différentes, et sont disponibles en 4 couleurs.

Disponibles en noir, bleu, rose et gris.

Prix : 99,99
photo 12/23 © JVC

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Saint-Valentin 2022 : nos idées géniales de cadeaux à offrir à votre moitié

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **1186845**
Sujet du média : **Lifestyle**

10 Fevrier 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **11009**

Gin rosé sans alcool - Lyre's

À acheter

Lyre's, la marque de spiritueux sans alcool australienne, se met aux couleurs de la Saint-Valentin. Elle met à la vente son nouveau Pink London Spirit. Ce gin rosé sans alcool aux arômes de rose, mûres et fruits rouges est la boisson parfaite pour continuer la soirée sans excès !

Disponible chez Nicolas, Metro, aux Caves Bardou (Paris), en ligne sur Gueuledejoie.com , MyTonicShop et sur le site de la marque .

Prix : 25,99 €
photo 13/23 © Lyre's

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Saint-Valentin 2022 : nos idées géniales de cadeaux à offrir à votre moitié

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **1186845**
Sujet du média : **Lifestyle**

10 Fevrier 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **11009**

Fleurs séchées et bijoux - Flowrette

À acheter

Pour la Saint-Valentin, le studio créatif Flowrette a concocté deux coffrets en édition limitée. Ils comprennent un bouquet de fleurs séchées, un bijou et un lot de lingettes réutilisables.

Prix des coffrets : 62 €, 96 €
photo 14/23 © Flowrette

CASTELNICOLAS2 - CISION 360253033

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Saint-Valentin 2022 : nos idées géniales de cadeaux à offrir à votre moitié

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **1186845**
Sujet du média : **Lifestyle**

10 Fevrier 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **11009**

Bouilloire et grille-pain - KitchenAid

À acheter

À préparer pour soi-même ou sa moitié pour commencer la journée du bon pied ! Avec son design très rétro, la bouilloire KitchenAid d'une capacité de 1,2L portera l'eau à ébullition quasi instantanément. On pourra accompagner sa boisson de jolis toasts grillés au toaster KitchenAid, qui s'adaptera aux préférences de chacun grâce aux 7 degrés de brunissement. (4 options : maintien au chaud pendant 3 min, décongélation, bagel et réchauffer

Prix : Bouilloire 1,2 L 99 € et Grille-pain 2 tranches KitchenAid en Rouge Empire 129 €
photo 15/23 © KitchenAid

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Saint-Valentin 2022 : nos idées géniales de cadeaux à offrir à votre moitié

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **1186845**
Sujet du média : **Lifestyle**

10 Fevrier 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **11009**

Visualiser l'article

Champagne Premier Cru - De Saint Gall

À acheter

Ce champagne premier cru issu du cépage pinot noir est un allié idéal pour fêter la Saint-Valentin. Avec sa robe rubis et son nez très fruité, il accompagnera à merveille une viande blanche ou rosée.
photo 16/23 © De Saint Gall

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Dîner dans le noir (Paris) - Wonderbox

À acheter

Que diriez-vous de passer une expérience sensorielle pour la Saint-Valentin ? C'est possible avec le restaurant parisien Dans Le Noir. Wonderbox vous propose un coffret pour dîner en tête à tête avec votre moitié n'importe quand dans l'année.

Prix : 129,90 €
photo 17/23 © Wonderbox

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Saint-Valentin 2022 : nos idées géniales de cadeaux à offrir à votre moitié

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **1186845**
Sujet du média : **Lifestyle**

10 Fevrier 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **11009**

Coffret - Comme.À.Athènes

À acheter

L'épicerie Comme.À.Athènes propose d'offrir des cadeaux de Saint-Valentin gourmands et originaux. Le coffret "greek love elixir" permettra à celui ou celle qui aura la chance de se le voir offrir de prendre soin de soi. Composé de deux tasses en céramique, d'une boîte d'infusion CBD, 10 ranches d'orange séchées et un mix maison de rhum ambré et miel, ce coffret vous assure de passer un bon week-end de Saint-Valentin.

Prix : 65 €
photo 18/23 © Comme.À.Athènes

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Écouteurs sans fil - Nothing Ear

À acheter

Des écouteurs sans fil combinant un design pur et contemporain à une ingénierie précise pour une expérience sonore pure. Les Nothing Ear (1) sont dotés d'une technologie de réduction de bruit active (ANC) de pointe, qui utilise trois micros haute définition pour mettre en valeur la musique, les films et les podcasts. Les utilisateurs ont ainsi accès à une expérience premium pour une fiche technique de très grande qualité, le tout pour 99€.

Disponible sur Amazon en deux coloris : noir et blanc

Prix : à partir de 99 €
photo 19/23 © Nothing Ear

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Saint-Valentin 2022 : nos idées géniales de cadeaux à offrir à votre moitié

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **1186845**
Sujet du média : **Lifestyle**

10 Fevrier 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **11009**

Whisky - Mortlach

À acheter

Mortlach propose des Single

Malt délicats et intenses. Les arômes fruités et épicés accompagnées de notes fraîches et florales de ce whisky en font une boisson idéale pour l'apéritif de la Saint-Valentin ou pour terminer le repas.

Existe en 12 et 16 ans d'âge.

Prix indicatif : 70 € le 12 ans d'âge et 120 € le 16 ans d'âge
photo 20/23 © Mortlach

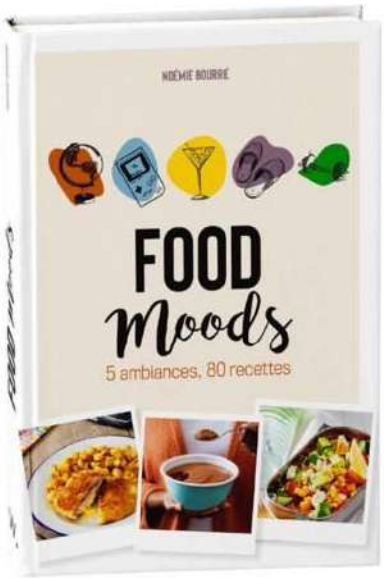
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Saint-Valentin 2022 : nos idées géniales de cadeaux à offrir à votre moitié

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **1186845**
Sujet du média : **Lifestyle**

10 Fevrier 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **11009**

Visualiser l'article



Livre Food Moods - Webedia Books

photo 21/23 © Webedia Books

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Femme actuelle

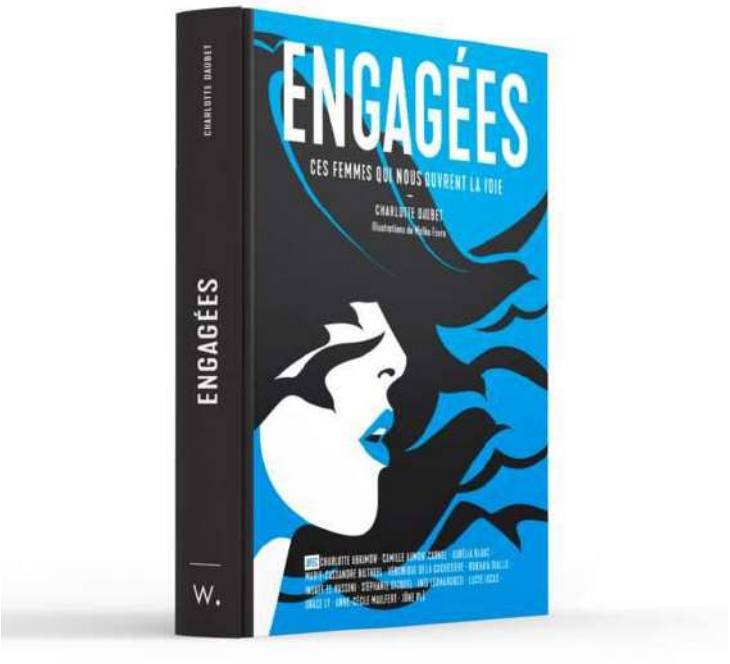
photo.femmeactuelle.fr

Saint-Valentin 2022 : nos idées géniales de cadeaux à offrir à votre moitié

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **1186845**
Sujet du média : **Lifestyle**

10 Fevrier 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **11009**

Visualiser l'article



Livre Engagées - Webedia Books

photo 22/23 © Webedia Books

CASTELNICOLAS2 - CISION 360253033

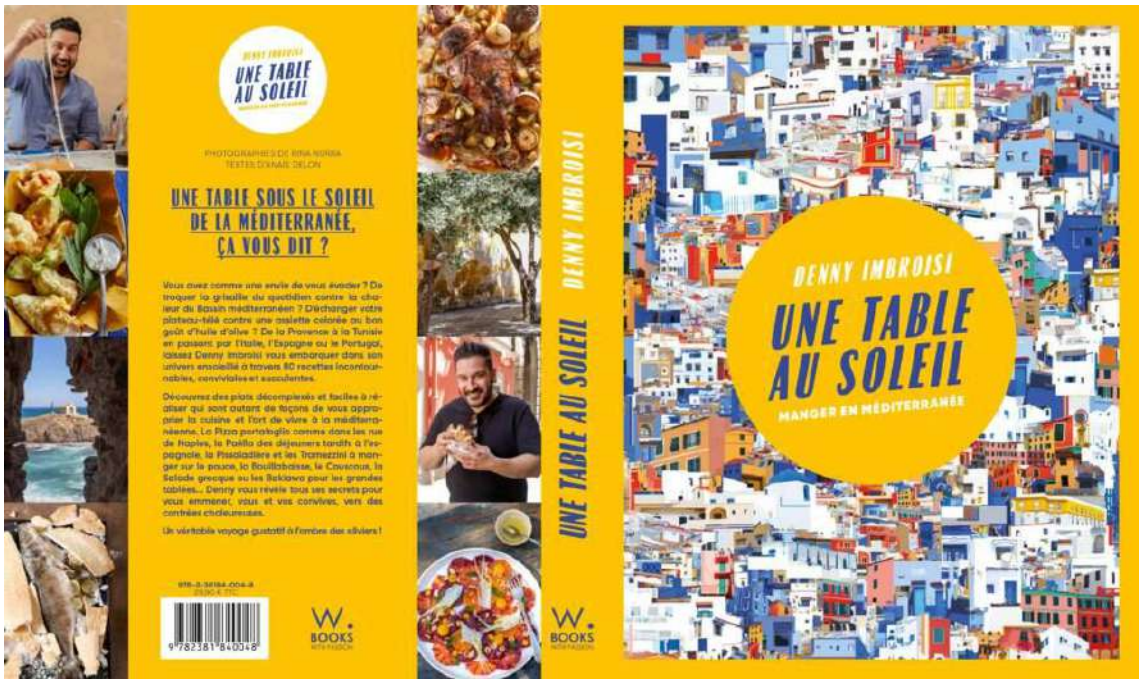
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Saint-Valentin 2022 : nos idées géniales de cadeaux à offrir à votre moitié

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **1186845**
Sujet du média : **Lifestyle**

10 Fevrier 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **11009**

Visualiser l'article



Livre Une table. au soleil - Webedia Books

photo 23/23 © Webedia Books

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Agences de presse**
Périodicité : **En continu**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Lifestyle**
High-Tech-Electronique **Grand Public**
Loisirs-Hobbies

Edition : **14 fevrier 2022 P.7-8**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **509**

Tourisme / Gastronomie - 2022/02/04 11:03

St Valentin : un meilleur sommelier du monde vous dévoile les meilleurs accords avec le chocolat

(ETX Daily Up) - Jour J pour les valentins ! Pour ceux et celles qui ont prévu de mettre les petits plats dans les grands en cette journée réservée à la célébration de l'amour, on a interrogé le Meilleur sommelier du monde 1992, Philippe Faure-Brac, afin de connaître les bouteilles à privilégier au moment du service de l'ingrédient star de ce 14 février : le chocolat.

Avec un dessert au chocolat blanc et fruits exotiques

L'accord entre le chocolat et le champagne est difficile. Mais, le Meilleur sommelier du monde prouve ici qu'il n'est pas exclu. "Symbolique assumée d'un Champagne à la douceur caressante sur un millésime empreint d'une vitalité réconfortante", explique Philippe Faure-Brac. Compter 49 euros le flacon sur le site Enviedechamp.com.

Avec un dessert au chocolat au lait et fruits secs

Pour accompagner ce type de délice, on puise dans des valeurs sûres, comme le Porto Tawny, une gamme de portos vieillis en fûts de chêne et qui sont à eux seuls des bonbons de gourmandises avec leur bouche suave et enveloppante. "Voici une association de couleur tout d'abord, une harmonie d'arômes également et une texture commune fondée sur le soyeux", propose le Meilleur sommelier du monde. Compter 31,20 euros la bouteille chez Nicolas.

Avec un dessert au chocolat noir et poivre noir du Kampot

Si vous avez décidé de miser sur un dessert de caractère, autant de puiser dans l'un des accords les plus traditionnels : le Maury, un vin doux naturel, à servir idéalement entre 10° et 12°. Philippe Faure-Brac choisit ici un domaine à la renommée internationale pour cet accord. "L'intensité du fruit de cette cuvée vient équilibrer la saveur puissante du chocolat et l'ardeur piquante du poivre", souligne-t-il. Compter 20 euros la bouteille sur iDealwine.

Avec un dessert au chocolat noir et fève tonca

"On perçoit les arômes fumés et légèrement torréfiés qui évoluent vers le cacao dans le vin", explique le sommelier. Et de préciser : "Ceux-ci font la transition avec un dessert qui joue également sur la texture de la fève Tonca et apporte du relief en bouche". Philippe Faure-Brac illustre dans ce cas présent la manière dont le vin rouge - accord régulièrement choisi, pour prolonger une bouche chocolatée. Ici, il opte pour l'élégance de l'appellation Saint-Estèphe et parie sur la séduction en ce jour de Saint-Valentin, avec une cuvée haut de gamme (la cote actuelle est fixée à 39 euros sur le site iDealwine).

Avec un dessert au chocolat noir et fruits rouges

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

On peut aussi trouver des accords avec le vin rouge réussis en misant sur une gamme de prix plus accessible, sans transiger sur le raffinement, à l'image de ce Moulin-à-Vent 2009 (la cote actuelle s'établit à 20 euros sur le site iDealwine). Le Meilleur sommelier du monde veut apporter ici "une sensation de gourmandise entre le chocolat et le fruité du dessert et du vin tout en gardant la structure de l'évolution".

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5547452600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

APPARAT CULTURE HEDONISME

La Saint-Valentin 2022 et notre Symphonie de Cadeaux

Le 14 février, jour de la fête des Amoureux arrive à grands pas. Rendez cette **Saint Valentin 2022** mémorable grâce à la Symphonie de cadeaux de la rédaction : eau de cologne, gin, thé, livre, coffret de champagne, chocolats, macarons, lunettes de soleil…

Nos Coups de Cœur pour la Saint Valentin 2022

Les lunettes de soleil Kenza Vanguard de Gigi Studios

La marque barcelonaise indépendante **Gigi Studios** est à l'écoute des dernières tendances ! Son catalogue est riche et plein de contrastes pour affirmer son style. Le modèle Kenza combine design et technologie de précision. Les bords latéraux et supérieu la monture sont recouverts d'une couche d'acétate pour un rendu sophistiqué. On apprécie son côté **Oversized d'inspiration aviateur**,

Select Language

ses verres CR39 dotés d'une protection UVA et UVB maximale, son traitement anti-reflets pour garantir un grand confort visuel. . .

Site internet

Le coffret Fleurs de la Passion Cluizel Paris

A l'intérieur de cet élégant coffret, habillé de fleurs, se cachent 9 cœurs en chocolat. La Manufacture Cluizel enchante les palais avec **4 cœurs ganache passion, 4 cœurs praliné noisette** et un gourmand **cœur tablette**. La tablette en forme de cœur est un divin chocolat Kayambe noir 72%. Un écrin fait pour attiser toutes les passions, dédié à tous les Amoureux !

Coffret de 95 g. Site internet

Le coffret Rosé by champagne Castelnau

A l'intérieur de cet élégant coffret, 2 flûtes pour accompagner un **champagne rosé de haute volée**. On aime la belle robe rose, les notes d'agrumes et de fruits rouges et le ballet aérien de fines bulles. Une délicieuse cuvée gourmande parfaite pour cette fête ou pour d'autres moments !

En vente chez les cavistes et sur : Site internet

Select Language

Le dessert Rose in Love Mariage Frères

Ce dessert parfumé au thé bleu *Rose de Siam*, délicatement parfumée avec des boutons de rose des montagnes, est une invitation à un voyage romantique… Des notes savoureuses de pistaches, de rose et de fleur d'oranger subliment cette gourmandise. On savoure des perles poudrées, parfumées au thé bleu, qui habillent crème et praliné de pistaches croustillantes sous un gel de fleur d'oranger…

Dessert individuel. Site internet:

Select Language

Un panier repas champagne Le Rosé Lanson x Foodette

Ce cadeau original ne peut que séduire les gourmets ! L'occasion de partager un savoureux repas en se faisant livrer un **panier gourmand** autour d'une bouteille de **champagne Le Rosé Lanson**! Au menu : blinis maison & saumon fumé, crème de gingembre pour l'entrée, wok de bœuf sauté et ses petits légumes en plat, tartelettes à la crème d'amande et agrumes en dessert. Bien sûr, l'ensemble des ingrédients est livré ainsi que les fiches recettes. Tout le menu s'accompagne parfaitement avec cette **cuvée élégante aux notes de fruits rouges et d'agrumes** !

Panier repas pour 2 personnes sur le site Foodette :

Le Sweet Love by Kusmi Tea

Select Language

Ce **Thé noir au poivre rose et épices** est tout simplement irrésistible ! On adore déjà le packaging avec sa ravissante boîte métal rose. Ensuite, on adore ses **épices enivrantes** : clous de girofle, cardamome, cannelle, anis avec un soupçon de poivre noir.

Thé bio, boîte de 100g. site internet :

Le gommage et le gel-douche Océane by Les laboratoires de Biarritz

Cette nouvelle gamme de soins sensoriels allie l'efficacité des **actifs marins** à des textures séduisantes. Pour avoir une peau tout en douceur, on débute par le **gommage** composé de micro-algue siliceuse et de sable d'origine volcanique… Une fois les cellules mortes enlevées, il suffit de se nettoyer avec ce **gel-douche certifié bio**, idéal pour les peux sensibles. On adore sa mousse onctueuse qui embarque pour les tropiques avec ses **notes de fruits exotiques, fleur de tiaré, Ylang Ylang et vanille des Iles.**

Gommage, 200 ml. Gel-douche 200 ml. En vente en pharmacies, parapharmacies, magasins bio et sur le site internet

Le Thé Mariage Frères Paris in Love

Cette marque prestigieuse de thé français a créé ce **thé bleu Paris in Love** pour enjoliver notre vie de tous les jours. On rêve et on imagine une charmante promenade le long de la Seine, on déguste une tasse de ce thé aux **saveurs envoûtantes de rose de Damas et de fruits rouges**. Un ravissant étui jaune soleil habille la boîte de ce **thé raffiné et gourmand**. A consommer sans aucune modération !

Boîte de 30 mousselines. Site internet

***Toits de Paris* aux éditions du Chêne**

Select Language

Cet ouvrage, très original, se déploie comme une vaste fresque de la capitale ! L'occasion de faire un voyage photographique en 8 panoramas, de jour comme de nuit. Les toits si caractéristiques de Paris sont dévoilés : depuis le Sacré-Cœur, les grands magasins, le quartier de Grenelle, la rue Beaubourg, la butte Montmartre, le parc des Buttes-Chaumont, le boulevard de Rochechouart… **Un livre magnifique dédié à tous les amoureux de la Ville Lumière.**

Photographies de Laurent Dequick. Site internet :

Le lait corporel Fruit de la passion Druide

Présenté en flacon-pompe, ce lait bio, riche en vitamines E et F et en Aloé Vera, hydrate en profondeur le corps. La peau retrouve sa douceur. On aime son parfum naturel exotique acidulé et sa texture soyeuse. On apprécie également le packaging pratique du flacon-pompe. En résumé, il devient un produit vite indispensable pour elle et lui !

Gamme BioLove, flacon-pompe de 250 ml, 100% vegan.

Site internet

Select Language

Le contour des yeux Roselift

Ce **sérum français** est une petite merveille pour atténuer les cernes et les poches. Dans un bel écrin transparent qui laisse apparaître le **soin de couleur blanche**, ce roll-on est composé d'ingrédients naturels et de principes actifs puissants. Il **décongestionne le contour des yeux avec efficacité** et procure un moment de fraîcheur très agréable. Appliquez le soin matin et soir.

Site internet

Le coffret de champagne Gremillet

Les amateurs de champagne vont être ravis de découvrir ce coffret rassemblant 2 cuvées iconiques de la collection « Purs » de la marque Gremillet. Découvrez le **Blanc de Blancs** (100% chardonnay), minéral, fin et racé avec une finale longue en bouche et parfumée… Le **Blanc de Noirs** (100% pinot noir), rond, gourmand et opulent dévoile une explosion d'arômes : coing, notes épicées. Deux cuvées remarquables et complexes qui sublimeront apéritifs et repas de la Saint-Valentin.

Site internet

Le gin 135° East Nicolas

Rencontre entre l'Orient et l'Occident, **135° East** unit le meilleur de deux mondes : la tradition européenne du London dry gin et l'inspiration japonaise. Son nom s'inspire du 135e méridien Est qui traverse la municipalité d'Akashi, dans la préfecture de Hyogō, au Japon. C'est ici, que la jeune distillerie Kaikyo élabore ce gin avec des ingrédients aromatiques locaux (bois de cèdre, feuilles de shiso,

poivre sansho, yuzu…) se mêlant aux baies de genièvre et aux « botaniques » classiques. On découvre un **spiritueux d'exception** dévoilant agrumes et épices posées sur un joli boisé. **Le poivre sansho et la touche de saké Junmai distillé réchauffent avec bonheur la finale épicée.**

Site internet

Le Vin blanc 2020 On Grain Dégun de M.A.R.S Wine Station

Cette société provençale développe une gamme de vin de France bio et décalée. On adore déjà l'étiquette de cette cuvée avec ce petit singe malicieux. Composé de Grenache Blanc, Viognier et Roussanne, ce vin dévoile une attaque fraîche et vive. **On aime ses notes de fruits blancs et d'agrumes. Une vraie réussite savoureuse et artistique !**

Site internet

Le Travel Mug Nomad Nespresso

La collection Nespresso x Johanna Ortiz décline 3 tailles et 3 couleurs différentes pour ce Travel Mug Nomad. Indispensable pour se promener partout et conserver son café chaud ou froid ! On aime sa double paroi en acier inoxydable, sa coque colorée. Pratique, il suffit d'appuyer sur le bouton d'ouverture pour faire couler le café !

Travel Mug Nomad Nespresso x Johanna Ortiz – Disponible en 3 tailles et 3 couleurs.

Site internet

Select Language

L'écrin de macarons Fauchon

Les inconditionnels de ces petites douceurs ne pourront résister à la tentation. Porte-étendard de l'art de vivre à la française, la marque propose un nouvel écrin avec ses iconiques macarons. A l'intérieur, uns sélection de saveurs incontournables : vanille, rose, citron, caramel et framboise & piment d'Espelette.

Écrin de 12 macarons. Disponible à partir du 1er février à la boutique de l'hôtel Fauchon et sur

Site internet

L'étole Margaret Porcelaine by Létol

Ce ravissant modèle habillera de la plus belle des manières la gent féminine et masculine avec ses motifs printaniers d'arbustes fleuris. On aime la composition 100% coton bio et la douceur du tissu de cette marque française d'étoles.

Dimensions : 48 cm x 200 cm. Site internet

Select Language

La pizza Cœur Picard

En forme de cœur, cette pizza est des plus romantiques !A base de sauce tomate avec un soupçon d'huile d'olive au basilic, de citron et d'ail, cette pizza romantique est garnie de roquette, de tomate cerise jaune et rouge. Son cœur est fourré au provolone, l'un des fromages de prédilection des Italiens.

Cœur pour deux. Site internet

Le Carillon de Cithère Arthur Dupuy

Cette fragrance mixte de **cologne Haute Couture** révèle des notes de vétiver enlacées par le santal et le musc. On aime son nom poétique et son parfum ensorcelant pour elle et lui.

Cologne mixte. 250 ml. Disponible sur l'E-Shop :

Site Internet

Select Language

← ARTICLE PRÉCÉDENT

Emmanuel Oger : Gallus où la revisite française du Coq en Métiers d'Art

ARTICLE SUIVANT →

Ume Umeboshi Umeshu : L'Abricotier du Japon et sa prune

Vous pourriez aussi aimer...

Le Diamant : Histoire • Culture • Joaillerie

Évasion parisienne au Fraser Suites Le Clarid Champs-Elysées

FOIRE AUX VINS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Web FRA

LE JOURNAL DES FEMMES

cuisine.journaldesfemmes.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **8335776**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

7 Fevrier 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3369**

Visualiser l'article

Foire aux vins printemps 2022 : le catalogue des dates

La Foire aux vins est incontournable pour les consommateurs de grands crus. Découvrez les prochaines dates de la Foire aux vins du printemps 2022.

© Sigmund - Unsplash

Carrefour, Lidl, Intermarché, Leclerc et bien d'autres font leur Foire aux vins plusieurs fois dans l'année. Cet événement permet aux consommateurs de faire la chasse aux bonnes affaires et de se procurer des bouteilles de qualité à prix abordables. Un rendez-vous qui a lieu aussi bien en ligne qu'en magasin. Après la Foire aux vins d'hiver, cap sur les promotions de printemps ! Et bonne nouvelle pour les amateurs de rouges et de blancs, les dates des prochaines Foire aux vins émergent progressivement selon les magasins. En effet, certaines marques et vendeurs spécialisés ont d'ores et déjà annoncé la date de leur édition printanière. Sans plus attendre, découvrez quelles sont les dates des prochaines Foire aux vins 2022.

Quelles sont toutes les dates de la Foire aux vins ?

La Foire aux vins est l'opportunité pour tous les consommateurs de faire bénéficier de promotions sur des produits d'exception. Si ce rendez-vous a lieu plusieurs fois dans l'année, pour le plus grand bonheur des experts et amateurs, la prochaine Foire aux vins en date est celle de printemps. Celle-ci a généralement lieu de début mars à la mi-mai. Ensuite, place aux ventes automnales, qui elles ont lieu de début septembre à la mi-octobre.

Quand commence la Foire aux vins chez Nicolas ?

Les cavistes Nicolas, viennent d'annoncer la date de leurs Foire aux vins de printemps, elle se déroulera du 2 au 29 mars 2022. Les vinophiles pourront faire le choix entre 50 nouveaux produits, en exclusivité dans les caves de la marque. Au menu : blancs, rouges et rosés commercialisés durant la Foire aux vins de Nicolas. La bonne nouvelle ? Une réduction de 20%

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Foire aux vins printemps 2022 : le catalogue des dates

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **8335776**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

7 Fevrier 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3369**

Visualiser l'article

offerte sur une sélection de bouteilles pendant l'évènement. Un ensemble de bouteilles seront mis à l'honneur ! Des liqueurs adaptées aux repas légers, à l'apéritif et certaines sont même parfaits pour des repas végétariens. Un catalogue tenant également compte du budget, car 24 de ces références ne dépassent pas les 10 euros et 39 des produits de Nicolas seront à moins de 20 euros pendant l'événement.

© Nicolas

LA TRACTEUR BLANC - PINOT GRIS - CHARDONNAY (IGP PUY-DE-DOME), 8€ / EXTRAORDINAIRES SILLAGES ALBARIÑO (IGP PAYS D'OC) 6€ / COURONNE DE CHABOT - Y.ALLÉNO ET M.CHAPOUTIER (AOP SAINT-JOSEPH), 28,40€ / L'ARTISTE - PINOT NOIR (VIN DE France), 5,70€

Quand aura lieu la Foire aux vins chez Monoprix ?

La Foire aux vins de Monoprix aura lieu du 23 mars au 4 avril 2022. Lors de ce rendez-vous, les réductions sont toujours avantageuses dans cette enseigne de grande distribution. Pour son édition de printemps, la marque invite les amateurs de grands crus bios à faire le plein de nouveautés lors d'offres exceptionnelles. En proposant des bouteilles accessibles et inédites, Monoprix s'est doté de la crème de la crème de bons crus. Une sélection que l'on doit au savoir-faire des vignerons spécialisés dans la viticulture biologique. Pour ce printemps, Monoprix met en avant pas moins de 60 références de cuvées. En outre, une réduction de 30% en caisse dès l'achat de trois bouteilles pour les adhérents de la carte Monoprix.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

SECTEUR DU VIN ET DES CAVISTES

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Web FRA

Le Point

www.lepoint.fr

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**
Audience : **6678802**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

7 Fevrier 2022
Journalistes : **Jacques Dupont**
Nombre de mots : **5735**

Visualiser l'article

La question de Candide #57 - Vin vieux, de quoi parle-t-on ?

Suivant les époques, les goûts, le savoir-faire, la définition a changé, mais la notion de garde a continuellement obsédé vignerons et amateurs.

Domaine Lamé Delisle Boucard, Bourgueil, Val de Loire. © DR

Q uand on a 10 ans, un homme de 30 ans, c'est un vieux. Puis, quand on a 30 ans, on change quelque peu d'opinion. Pour le vin, c'est un peu la même chose : tout dépend du regard, d'où on se place et à quelle époque. Par exemple, au Moyen Âge, on considérait qu'un vin de plus d'un an était vieux ou plutôt trop vieux. Pour éviter qu'il soit perdu, on le faisait bouillir et réduire, ou bien on confectionnait des boissons en lui adjoignant du miel et des herbes aromatiques. La tradition a perduré longtemps dans les campagnes où les grands-mères fabriquaient des apéritifs à base de recettes diverses et très variées.

Le mieux pour le producteur consistait à vendre vite son vin, sitôt les fermentations terminées et, du côté du consommateur, à le boire dans les six mois. Le tonneau, bien pratique à utiliser, plus solide que les amphores en terre cuite, moins lourd, plus maniable, car on pouvait le faire rouler, n'était qu'un outil de transport. On ne parlait pas d'élevage en bois comme aujourd'hui. La raison en est connue : on ignorait l'existence des bactéries et des microbes, et donc les moyens de les neutraliser. Ce n'est qu'au XVIII e siècle que l'on découvre l'utilité du soufre, du SO_2, de l'anhydride sulfureux de son nom complet. Les Hollandais, champions du commerce maritime entre le Nord et le Sud, se sont aperçus qu'en brûlant un bâtonnet de soufre à l'intérieur d'un tonneau vide, on conservait bien mieux les vins. Le dégagement gazeux de cette combustion détruit en effet toutes les bactéries réfugiées dans les interstices et pores du bois. C'est une véritable révolution qui s'opère dans l'univers viticole. Jusqu'alors, on buvait surtout des blancs ou des « clairets », des rouges pâles, car on craignait les longues macérations, qui certes donnaient de la couleur et des tanins, mais qui exposaient les vins aux « maladies », c'est-à-dire aux attaques microbiennes.

Le vin vieux moderne !

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

La notion de vin vieux change radicalement. À lire les ouvrages postérieurs à cette découverte, ceux rédigés au XIX e siècle, on aurait presque le sentiment d'une sorte de revanche sur le temps. Avant, il convenait de se débarrasser au plus vite de son vin. Après, on poursuit les élevages en fût sur une durée qui semble aujourd'hui exagérée. « Les bons vins des côtes durent davantage ; ils ne sont mis en bouteilles que trois ans après la récolte... » écrit Cavoleau en 1827 (*Œnologie française, Statistique de tous les vignobles*) à propos des vins produits autour de Saint-Émilion. On pourrait citer maints autres exemples où l'élevage en fût recommandé est de quatre ans ou plus, si l'on veut obtenir des vins de garde.

« D'habitude, ce moment [la mise en bouteille] n'arrive pas avant la quatrième année ; du reste, plus le vin est solidement constitué et moins vite il est fait. Nous avons observé que le plus ordinairement la durée du vin en bouteille varie de trois fois et demie à quatre fois le temps où il est resté en fût, ainsi, un vin qui aura quatre ans de tonneaux pourra raisonnablement durer en bouteille de 14 à 16 ans », notent Danguy et Aubertin dans *Les Grands Vins de Bourgogne* publié en 1892. Une théorie que pas grand monde soutiendrait aujourd'hui. Mais cela montre qu'au fil du temps, le goût a changé et s'est adapté aux progrès techniques et aux découvertes scientifiques. À moins que ce ne soit l'inverse (la poule ou l'oeuf ?). Il n'y a pas si longtemps, à l'époque des « vins de garage », cette mode partie de Bordeaux , encouragée pour le moins par quelques critiques aux États-Unis , ceux qui élaboraient ces rouges très extraits, bourrés de tanins et fortement boisés (le chêne neuf aussi apporte des tanins) pensaient que leurs vins supporteraient plus que les autres l'épreuve du temps. Ceux qui les achetaient très cher aussi le pensaient...

Pépin le sec

La réalité est cruelle, car la plupart de ces « nectars » ont très mal vieilli. Pourquoi ? Parce que ce n'est pas la quantité de tanins qui fait durer le vin, mais la qualité de ceux-ci. Pour juger un vin ancien, le dégustateur contemporain oppose la fraîcheur à la sécheresse. Cette dernière sensation d'astringence très forte en fin de bouche quand on a avalé ou craché est provoquée par la présence de mauvais tanins. Soit il s'agissait d'une vendange en sous-maturité, soit le vinificateur a trop poussé ses extractions jusqu'à libérer dans le vin des tanins de pépins, eux aussi rarement mûrs.

En revanche, la notion de fraîcheur concentre plusieurs aspects qualitatifs. Déjà, une couleur qui se tient, peu dégradée, des senteurs bien présentes où peuvent se mêler les fruits cuits ou confits, la minéralité (le silex, les roches volcaniques, le schiste ou le calcaire de la pierre blanche pour les blancs), les épices. En bouche, la longueur et le soyeux des tanins, des saveurs qui confirment ce que le nez avait détecté et les complètent. C'est ce que Pierre Boisset, qui fut très longtemps, de la fin de la Seconde Guerre mondiale au milieu des années 1980, l'acheteur des grands vins chez Nicolas, appelait l'harmonie. On n'a pas trouvé mieux pour désigner les qualités du seul produit de l'agroalimentaire capable de traverser les siècles.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Vitisphere .com

www.vitisphere.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **95992**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

9 Fevrier 2022
Journalistes : **Alexandre Abellan**
Nombre de mots : **2146**

Visualiser l'article

Languedoc et Vallée du Rhône Nouveau report pour la liquidation judiciaire du vracqueur Anagram (ex-Raphaël Michel)

Le négociant vinificateur reste maintenu en activité, le tribunal attendant que des offres réévaluées à la hausse soient présentées.

La nouvelle audience d'examen des offres de reprises est fixée au 2 novembre prochain. - crédit photo : Anagram Wine N

ouvelles dates limites de dépôt des offres (DLDO). Réuni ce 5 octobre , le tribunal de commerce de Montpellier renvoie au 2 novembre son jugement sur la liquidation judiciaire du négociant vinificateur Anagram (ex-**Raphaël Michel**). Ouvrant une troisième période de dépôts d'offres de reprise, les magistrats espèrent recevoir des offres plus généreuses.

Les cinq candidatures déposées et la LOI (Letter Of Intention) proposée au greffe sont encore considérées insatisfaisantes ou incomplètes par le tribunal. *« L es offres reçues n'étaient pas satisfaisante s »* indique une source proche du dossier, qui ne souhaite pas fournir d'informations supplémentaires sur les candidats en lice. La poursuite d'activité est accordée jusqu'au premier décembre pour Anagram.

Liquidation judiciaire

Présidé par Sébastien Bouvet-Labruyère depuis la reprise de l'été 2018 , le groupe Anagram revient à la case de la liquidation judiciaire . Estimées à 300 000 hectolitres de vins dans les Côtes du Rhône , et ayant déstabilisé tout un pan du vignoble rhodanien , les faudes imputées aux précédents propriétaires ont créé une rupture de confiance autour du vracqueur. Si **Raphaël Michel** brassait par le passé 400 000 hectolitres de vin, Anagram n'aura atteint que 200 000 hl.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Languedoc et Vallée du Rhône Nouveau report pour la liquidation judiciaire du vracqueur Anagram (ex-Raphaël Michel)

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **95992**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

9 Fevrier 2022
Journalistes : **Alexandre Abellan**
Nombre de mots : **2146**

Visualiser l'article

À noter que le partenariat passé avec la cave de Quarante en 2019 n'est plus d'actualité, la coopérative héraultaise étant en redressement judiciaire (après le dépôt de bilan de sa filiale Caveau). De plus, les six domaines d'Anagram sont placés hors du périmètre de sauvegarde. Soit en IGP Carcassonne le domaine Bonlieu, en Côtes-du-Rhône les domaines de Bellencontre, les Bourdeaux, des terrasses de Saint Pierre et de la Canarde, ainsi qu'en Provence le domaine de Sainte Cécile.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LA MONTAGNE

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **511000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **15 fevrier 2022 P.11**

Journalistes : **Fabrice Mina**

Nombre de mots : **604**

COMMERCE ■ La ville compte une vingtaine de cavistes qui ont plutôt bien vécu la crise sanitaire

Petit tour dans les caves clermontoises

Y a-t-il plus de cavistes à Clermont que dans les villes de taille similaire ? Et plus généralement, que boivent les Clermontois ? Pour le savoir, on fait un petit tour à la cave…

Fabrice Mina
fabrice.mina@centrefrance.com

Avec une vingtaine de cavistes, plus une bonne trentaine autour de la métropole, Clermont-Ferrand est plutôt dans la moyenne en termes de densité. Avec le site bottl.fr, il est possible de comparer l'offre avec celle des villes de taille comparables. Il y a ainsi 18 cavistes au Mans (autant qu'à Clermont), 22 à Nîmes, 15 à Brest, seulement 7 à Villeurbanne (la concurrence lyonnaise est forte) et 19 à Limoges ou à Saint-Étienne.

Les effets positifs de la crise sanitaire

Le marché semble ainsi équilibré avec une saine concurrence entre les étiquettes. Évidemment, les cavistes estiment qu'ils sont suffisamment : « Nous sommes largement assez, indique Clément Fontenay qui gère la cave Nicolas avec Jérémy Battault. À la limite, il y aurait plus de place pour un magasin spécialisé dans la bière. C'est un monde où, pour l'instant, on se marche un peu moins sur les pieds. »

N'empêche, à Clermont comme un peu partout, les cavistes sont actuellement dans une période plutôt faste. « Pour nous, ça va très très bien, confie Tomy Dupieux de la Cave du théâtre qui sort d'un gros mois de décembre. C'est plus calme actuellement mais c'est normal. Mais nous sommes partis sur des ventes supérieures à l'an dernier qui était déjà une grosse année. »

Les cavistes clermontois confirment l'effet positif de la crise sanitaire : entre le confinement et la fermeture des bars et des restaurants, les gens ont voulu compenser en se tournant vers les petits cavistes.

Il y a bien sûr quelques nuances : « Comme je travaille aussi pas mal avec les entreprises, ce secteur a connu un sérieux coup d'arrêt, souligne Éric Nicol qui gère la Cave à Louis. Heureusement qu'on a plutôt bien travaillé avec les particuliers. Les volumes sont moins importants

OUVREUR. Eric Nicol est resté à l'ouverture. Mais les bouteilles ont remplacé le ballon ovale. PHOTO FRANCIS CAMPAGNONI

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1250552600503

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LA MONTAGNE

Petit tour dans les caves clermontoises

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **511000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **15 fevrier 2022 P.11**

Journalistes : **Fabrice Mina**

Nombre de mots : **604**

mais les gens viennent plus régulièrement pour se faire plaisir et se payer une bouteille. ».

Doucement se profile un retour à la normale : « Nos clients ont longtemps gardé l'habitude du couvre-feu et venaient avant 18 heures, constate Clément Fontenay. Depuis le mois de décembre, il y a de nouveau plus de monde entre 18 et 19 heures ». ■

QU'EST-CE QU'ON BOIT ?

Que préfèrent les Clermontois ? On a posé la question aux cavistes mais il est évidemment très compliqué de dresser le portrait type de l'amateur de vin clermontois.

En volume, tout le monde semble unanime pour affirmer que les vins rouges sont en tête des ventes. « Mais ça dépend des périodes, remarque Éric Nicol. Je vends pas mal de Languedoc et de Bourgogne. Mais aussi des vins de chez nous. Nous savions que nos vignerons ont fait de beaux progrès. Mais les gens aussi le savent. Et de plus en plus ! »

Un sentiment partagé par Tomy Dupieux : « Même si nos meilleures ventes restent les Bourgogne, c'est un peu notre spécialité, les vins de la vallée du Rhône sont également assez demandés ».

« Le Clermontois boit un peu de tout, termine Clément Fontenay. Il est aussi assez friand de vins blancs, principalement à boire à l'apéro. »

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1250552600503

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

nantes.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **199134**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

15 Fevrier 2022
Journalistes : **Philippe Corbou**
Nombre de mots : **2892**

Visualiser l'article

Commerce : Pinard, cave à vin bio, la belle aventure de Basile et Valentin

Pinard, la belle aventure de Valentin Boudric et Basile George. © Photo Clarisse Boudric

Basile George et Valentin Broudic ont ouvert Pinard, leur cave à vins en août 2021. Ils y privilégient les vins bios, biodynamiques et naturels.

Avant d'ouvrir Pinard, place Ladmirault, Valentin Broudic a travaillé comme caviste à La Baule, Thouaré et Paris. Il a ensuite rejoint la revue des vins de France (RVF). De son côté, Basile George avait eu l'idée d'un packaging pour des bibs de vins qui se vendaient sur internet. Basile George a ensuite eu l'idée de monter une cave et il a trouvé le local de l'ancienne épicerie corse encore avant, d'un marchand de tapis et même d'une ancienne boîte de flippers pour s'installer en plein coeur de Nantes.

Les prix peuvent varier de 7,50 à 230 € pour un bourgogne grand crû

Je suis arrivé derrière Basile pour diriger la cave , sourit Valentin, et nous travaillons en alternance ou en commun. Dans un quartier où les caves sont légion (Vino Vidi, Nicolas et Les Côteaux de Franklin), les deux complices ont choisi de proposer autre chose.

Nous proposons une offre différente, axée sur les vins en bio, biodynamiques ou naturels principalement... Surtout qu'on a un peu de mal sur le vin conventionnel. C'est quand même un fort lieu de passage et il y a une vraie demande sur les vins bios, surtout que beaucoup de Parisiens sont venus s'installer à Nantes et en sont très friands. Nous, le bio et le nature, ce sont les vins que l'on préfère par conviction.

D'ailleurs, chez Pinard, qui fournit Mathurin en vins, c'est du bio minimum et issu de toutes les régions de France. On est concentré sur la France et naturellement les vins de Loire en particulier, mais on vise aussi à étendre notre gamme sur des vins espagnols, italiens ou allemands. On a aussi pas mal de vins alsaciens et une belle gamme de Bourgogne. On propose

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

aussi des spiritueux, du limoncello et des bières de micro-brasserie comme l'aerofab de Sautron.

L'autre spécialité de la maison, c'est le pâté en croûte, une vraie spécialité maison réalisé par Basile George. On fait aussi des planches à apéro et pour les fromages, on prend avec les gens d'ici qui sont très bons.

Les deux complices, qui se sont rencontrés par des amis communs, font aussi beaucoup de dégustations privées à l'aveugle pour des groupes. Il y a un vrai côté ludique et c'est vraiment très sympa. Ça marche bien d'ailleurs.

En dehors de leur cave, les Nantais peuvent découvrir tout ou partie de leurs vins chez Maison Bagarre ou Mathurin.

Pinard, 1, place Ladmirault. Ouvert du mardi au vendredi, de 10 h 30 à 19 h 30, et le samedi de 10 h à 20 h. 09 88 53 72 35.

Presse-Océan

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

ouest france .fr

www.ouest-france.fr

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **15000449**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

15 Fevrier 2022
Journalistes : **Philippe Corbou**
Nombre de mots : **58093**

Visualiser l'article

Commerce : Pinard, cave à vin bio, la belle aventure de Basile et Valentin

Basile George et Valentin Broudic ont ouvert Pinard, leur cave à vins en août 2021. Ils y privilégient les vins bios, biodynamiques et naturels.

Avant d'ouvrir Pinard, place Ladmirault, Valentin Broudic a travaillé comme caviste à La Baule, Thouaré et Paris. Il a ensuite rejoint la revue des vins de France (RVF). De son côté, Basile George avait eu l'idée d'un packaging pour des bibs de vins qui se vendaient sur internet. Basile George a ensuite eu l'idée de monter une cave et il a trouvé le local de l'ancienne épicerie corse encore avant, d'un marchand de tapis et même d'une ancienne boîte de flippers pour s'installer en plein coeur de Nantes.

Les prix peuvent varier de 7,50 à 230 € pour un bourgogne grand crû

Je suis arrivé derrière Basile pour diriger la cave, sourit Valentin, et nous travaillons en alternance ou en commun. Dans un quartier où les caves sont légion (Vino Vidi, Nicolas et Les Côteaux de Franklin), les deux complices ont choisi de proposer autre chose.

Nous proposons une offre différente, axée sur les vins en bio, biodynamiques ou naturels principalement... Surtout qu'on a un peu de mal sur le vin conventionnel. C'est quand même un fort lieu de passage et il y a une vraie demande sur les vins bios, surtout que beaucoup de Parisiens sont venus s'installer à Nantes et en sont très friands. Nous, le bio et le nature, ce sont les vins que l'on préfère par conviction.

D'ailleurs, chez Pinard, qui fournit Mathurin en vins, c'est du bio minimum et issu de toutes les régions de France. On est concentré sur la France et naturellement les vins de Loire en particulier, mais on vise aussi à étendre notre gamme sur des vins espagnols, italiens ou allemands. On a aussi pas mal de vins alsaciens et une belle gamme de Bourgogne. On propose aussi des spiritueux, du limoncello et des bières de micro-brasserie comme l'aerofab de Sautron.

L'autre spécialité de la maison, c'est le pâté en croûte, une vraie spécialité maison réalisé par Basile George. On fait aussi des planches à apéro et pour les fromages, on prend avec les gens d'ici qui sont très bons.

Les deux complices, qui se sont rencontrés par des amis communs, font aussi beaucoup de dégustations privées à l'aveugle pour des groupes. Il y a un vrai côté ludique et c'est vraiment très sympa. Ça marche bien d'ailleurs.

En dehors de leur cave, les Nantais peuvent découvrir tout ou partie de leurs vins chez Maison Bagarre ou Mathurin.

Pinard, 1, place Ladmirault. Ouvert du mardi au vendredi, de 10 h 30 à 19 h 30, et le samedi de 10 h à 20 h. 09 88 53 72 35.

0y7OpMqesOCEwQ3bLMpZy0qf5-_CnfJgb9DjD4XmRrUlZ1VS75lIFrFFYvkkcK_4pANm1vW4S3kESlzcsSuNgZGfRi1q4xkF7ybE6TN_aDw4ZDBk

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Commerce : Pinard, cave à vin bio, la belle aventure de Basile et Valentin

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **15000449**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

15 Fevrier 2022
Journalistes : **Philippe Corbou**
Nombre de mots : **58093**

Visualiser l'article

Pinard, la belle aventure de Valentin Boudric et Basile George.

Photo Clarisse Boudric

0y7OpMqesOCEwQ3bLMpZy0qf5-_CnfJgb9DjD4XmRrUlZ1VS75lIFrFFYvkkcK_4pANm1vW4S3kESlzcsSuNgZGfRi1q4xkF7ybE6TN_aDw4ZDBk

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

lamontagne.fr

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **1598970**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

16 Fevrier 2022
Journalistes : **Fabrice Mina**
Nombre de mots : **2321**

www.lamontagne.fr

Visualiser l'article

Petit tour chez les cavistes pour en savoir plus sur les habitudes des Clermontois

Y a-t-il plus de cavistes à Clermont-Ferrand que dans les villes de taille similaire ? Et plus généralement, que boivent les Clermontois ? Pour le savoir, on fait un petit tour à la cave...

Avec une vingtaine de cavistes, plus une bonne trentaine autour de la métropole, Clermont-Ferrand est plutôt dans la moyenne en termes de densité. Avec le site bottl.fr, il est possible de comparer l'offre avec celle des villes de taille comparables. Il y a ainsi 18 cavistes au Mans (autant qu'à Clermont), 22 à Nîmes, 15 à Brest, seulement 7 à Villeurbanne (la concurrence lyonnaise est forte) et 19 à Limoges ou à Saint-Étienne.

Le marché semble ainsi équilibré avec une saine concurrence entre les étiquettes. Évidemment, les cavistes estiment qu'ils sont suffisamment : « Nous sommes largement assez, indique Clément Fontenay qui gère la cave Nicolas avec Jérémy Battault. À la limite, il y aurait plus de place pour un magasin spécialisé dans la bière. C'est un monde où, pour l'instant, on se marche un peu moins sur les pieds.»

N'empêche, à Clermont comme un peu partout, les cavistes sont actuellement dans une période plutôt faste. « Pour nous, ça va très très bien, confie Tomy Dupieux de la Cave du théâtre qui sort d'un gros mois de décembre. C'est plus calme actuellement mais c'est normal. Mais nous sommes partis sur des ventes supérieures à l'an dernier qui était déjà une grosse année. »

Les cavistes clermontois confirment l'effet positif de la crise sanitaire : entre le confinement et la fermeture des bars et des restaurants, les gens ont voulu compenser en se tournant vers les petits cavistes.

0WgSlOghZL5-OCVNy4m9LRmamnvloqLlNCYq5qmCJlCvKe3n4jATYMcXnqXlqbBM6wzjaJAG8HCfSPLpjTH0UkCGfCCCyER2lxjjoGyfcqkYzEw

CASTELNICOLAS2 - CISION 360437561

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Petit tour chez les cavistes pour en savoir plus sur les habitudes des Clermontois

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **1598970**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

16 Fevrier 2022
Journalistes : **Fabrice Mina**
Nombre de mots : **2321**

Visualiser l'article

Il y a bien sûr quelques nuances : « Comme je travaille aussi pas mal avec les entreprises, ce secteur a connu un sérieux coup d'arrêt, souligne Éric Nicol qui gère la Cave à Louis. Heureusement qu'on a plutôt bien travaillé avec les particuliers. Les volumes sont moins importants mais les gens viennent plus régulièrement pour se faire plaisir et se payer une bouteille. ».

Doucement se profile un retour à la normale : « Nos clients ont longtemps gardé l'habitude du couvre-feu et venaient avant 18 heures, constate Clément Fontenay. Depuis le mois de décembre, il y a de nouveau plus de monde entre 18 et 19 heures ».

0WgSIOghZL5-OCVNy4m9LRmamnvloqLINCYq5qmCJICvKe3n4jATYMcXnqXlqbBM6wzjaJAG8HCfSPLpjTH0UkCGfCCCyER2lxjjoGyfcqkYzEw

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

RayonBoissons

www.rayon-boissons.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **39475**
Sujet du média : **Economie - Services**

16 Fevrier 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **4181**

Visualiser l'article

Margot Ducancel, fondatrice de Rouge aux lèvres

À 34 ans, celle qui secoue le monde digital du vin avec de nouveaux codes a acquis sa légitimité à force de travail et d'expériences très variées. Aujourd'hui, Margot Ducancel est sollicitée par de nombreuses marques, maisons, vignerons ou encore interprofessions pour parler de leurs vins.

Via Rouge aux Lèvres, Margot Ducancel rassemble 450 adhérentes au sein d'un club de dégustation ainsi que 29 000 abonnés à son compte Instagram. Lequel est majoritairement composé de femmes, autour de 30 ans.

Ça en dit long sur la nouvelle place de la jeune femme dans la vinosphère. Margot Ducancel est en effet la marraine de l'édition 2022 du guide Hachette des vins. Une nouvelle ère pour cette publication historique mais également une fierté pour celle qui se préparait à un tout autre destin. Cette passionnée d'art, partie pour devenir commissaire-priseur, est tombée dans le vin par un heureux hasard. « *Lors d'un stage au sein d'une maison de ventes aux enchères, j'ai été affectée par erreur au département des grands crus au lieu de celui dédié à la peinture* », raconte Margot Ducancel. Le déclic ! Elle reprend alors une formation en école de commerce et se forme à la dégustation. « *Je suis contente d'avoir fait ce choix. Le vin, comme l'art, est un domaine d'expertise avec de fortes valeurs, des gens passionnés et aussi en lien étroit avec la nature.* »

De la rédaction de chroniques à l'organisation de croisières gastronomiques en passant par le e-commerce, la native de Picardie enchaîne les expériences multiples. « *Quand on ne vient pas du sérail, on a toujours un complexe d'infériorité. Je ne serai jamais une experte. Par contre, j'ai appris et ce qui m'intéresse, c'est la vulgarisation du savoir.* » Margot Ducancel casse les codes avec son langage sans vernis pour répondre aux questions que tout le monde se pose sans oser le faire, loin de l'univers traditionnel du secteur. « *Je me suis mise à la place des gens pour donner de nouvelles clés de lecture du monde du vin. Par exemple, la première fois qu'on nous parle de malo, on est un peu démuni. Je livre les petits trucs que j'ai mis en place pour moi en entrant dans le domaine.* »

Au fil de ses expériences, elle révèle sa capacité d'animation et se lance avec son club de dégustation destiné exclusivement aux femmes. « *Mes copines me posaient plein de questions sur le vin, l'idée m'est venue comme ça. Cette formule 100 %*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

girly leur permet d'être complètement décomplexées », explique-t-elle. Son ambition : recruter des jeunes via des événements accessibles. Pour développer son réseau, la nécessité de travailler sa visibilité sur Instragram s'est rapidement imposée. Le confinement s'est avéré un élément accélérant pour l'influenceuse. « *Les activités événementielles au point mort, je faisais des lives sur Instragram du lundi au vendredi pour occuper l'espace. C'est là que ma communauté s'est développée de manière considérable.* »

Un avant et un après confinement

Avec cette vitrine, les propositions de collaboration se multiplient sans peine. « *Je ne démarche plus. J'ai acquis une légitimité auprès des marques et des domaines qui se sont aperçus que c'était un super réseau pour se faire connaître. Leur regard a changé et les influenceurs sont désormais considérés.* » La jeune femme travaille aussi avec les réseaux de distribution, comme la chaîne de cavistes Nicolas ou Intermarché. À l'occasion des foires aux vins, elle réalise des vidéos sous forme d'astuces, livre

ses coups de coeur ou encore anime des ateliers à destination des influenceurs lifestyle. « *J'ai le même âge et le même langage qu'eux. Je leur explique les vins pour le compte des enseignes* », explique-t-elle. Désormais, les interprofessions viennent également frapper à sa porte pour mettre leurs terroirs en lumière : rasteau, chablis, touraine ou encore montravel l'ont ainsi déjà sollicitée. Margot Ducancel influence mais ne saurait s'en contenter. Elle voit déjà plus loin avec l'objectif de devenir un média à part entière, tout en conservant son langage décomplexé. Et du rouge aux lèvres !

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **95992**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

21 Fevrier 2022
Journalistes : **Alexandre Abellan**
Nombre de mots : **8086**

www.vitisphere.com

Visualiser l'article

Vallée du Rhône Grand entretien sur l'échec du vracqueur Anagram (ex-Raphaël Michel)

Faute d'offre de reprise, le tribunal de commerce de Montpellier actait en décembre dernier la liquidation sèche du vracqueur Anagram, l'ancien négoce RaphaëlMichel mis à mal par des révélations de fraudes aux vins de la vallée du Rhône. Le point avec le porteur du projet de reprise en 2018, Sébastien Bouvet-Labruyère, qui gère la revente d'une partie des actifs.

« Il nous aurait fallu trois campagnes normales pour réussir. Nous n'en avons eu qu'une » explique Sébastien Bouvet-Labruyère. - crédit photo : Anagram (archives)

V **ous présidez une société d'investissements familiale misant sur la gastronomie, l'hôtellerie et les start-ups, qu'êtes-vous venu faire dans la galère de Raphaël Michel ?**

Sébastien Bouvet-Labruyère : Effectivement, je préside une société, Labruyère Développement et Industrie (LDI) qui investit dans des sociétés, notamment en difficulté. Raphaël Michel n'est pas notre premier dossier de redressement. Dans tout dossier d'entreprise en difficulté, il y a des obstacles à apprécier. Ce n'est qu'à la fin que l'on connaît les galères. Et il est facile de refaire l'histoire.

En août 2018, LDI reprend à la barre le vracqueur Raphaël Michel avec l'ambition de recréer la confiance...

On croyait réellement à la proposition de valeur de la société. à la fois en tant que négociant et fournisseur de services pour de grands négoces la grande distribution européenne (pour ses Marques De Distributeur, MDD). Ce n'est pas la qualité de nos services ou de nos vins qui est à l'origine des difficultés qui ont fait que nous ne sommes pas arrivés où on le voulait. Nous avions sous-estimé notre capacité à faire oublier l'histoire de Raphaël Michel.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

C'est une erreur d'appréciation lors de la reprise de l'affaire, avec le choix d'un plan de sauvegarde. Nous pensions que les changements d'actionnaire et de nom permettraient de se sortir de l'histoire. Mais, à tort, Anagram a toujours été plus ou moins associé au passé [NDLA : de Raphaël Michel et de ses fraudes massives aux vins de la Vallée du Rhône].1 million € de créances vigneronnes en suspens avec la liquidation du vracqueur Anagram (ex-Raphaël Michel)
Enchères judiciaires Vente en vrac du négoce de vins Anagram (ex-Raphaël Michel) **En quoi le choix d'un plan de sauvegarde a-t-il handicapé votre reprise ?**

En procédure collective, il y a deux manières de reprendre une société : le plan de sauvegarde, qui conserve l'entité juridique et le passif, et le plan de cession, avec la création d'une nouvelle entité juridique et le rachat d'actifs, sans reprendre le passif antérieur. Nous avions le choix. Si nous avions opté pour le plan de cession, cela n'aurait pas permis de faire la part entre les créanciers : il y avait à l'époque 25 millions d'euros de dette. Dont 5 millions € pour plus d'une centaine de vignerons ayant apporté de la vendange. Le plan de sauvegarde permet un traitement différent, en plaçant les créanciers vignerons à un rang privilégié. En voulant bien faire, cela s'est retourné contre nous.

Comment en êtes-vous arrivé trois ans après la reprise à une liquidation sèche ?

Nous avons repris Anagram en août 2018. La campagne de vrac était déjà engagée pour les contractualisations. Nous sommes arrivés comme un *challenger* et sommes intervenus sur des marchés spots, avec de mauvaises marges. C'était anticipé. Cette première année nous a permis de revenir sur le marché, c'était le prix à payer. Honnêtement, nous étions assez confiants, nous gagnions des clients, surtout à l'export (en Europe). Nous avions aussi tous les stocks de Raphaël Michel à vendre, dont la valeur comptable n'était pas celle du marché. En 2019, nous avons pu préparer notre deuxième campagne. Nous avons atteint 150 000 hectolitres pou 12 millions € de chiffre d'affaires, sur des objectifs de 300 000 hl pour 20 à 25 millions €. Nous avions fait la moitié du chemin.

Arrive le confinement de mars 2020. D'une part il est positif, nous ne dépendions pas de la restauration et nos clients de la GD continuaient leurs retiraisons. Mais d'autre part il est négatif, parce que la distillation de crise a cranté des prix favorables (58 €/hl pour les vins sans IG et 78 €/hl pour les IGP), rendant difficile l'achat de vin en tant que négociant. Ça nous a handicapé. Le marché était également figé. Il n'était plus possible pour un acheteur de voyager pour lui montrer notre outil ou de le rencontrer sur un salon. C'est compliqué de faire du développement de *business* sans voir ses clients, alors que l'on est dans une phase de reconquête. Nous n'avons pas pu continuer notre plan. Début 2021, nous avons fait le constat que ce serait compliqué. Nous étions à la moitié du chemin, mais la marche était trop haute. Nous nous sommes dit qu'il fallait trouver une solution de sortie, en s'adossant à d'autres acteurs.

Cette recherche de repreneurs n'a pas abouti...

Toute l'année 2021, nous avons recherché d'autres acteurs. Avec un redressement judiciaire de juin à décembre 2021. Le constat étant que personne n'avait pu faire de plan de reprise sérieux, il y a eu liquidation judiciaire. C'est frustrant. Il nous a manqué du temps. Nous n'avons pu la pleine capacité de mettre en oeuvre ce que l'on avait prévu pour se remettre en marché.

Regrettez-vous d'avoir investi dans Raphaël Michel ?

Je n'ai pas de regret. Nous n'avons rien à nous reprocher. Il y a un peu de frustration, sur la reprise avec le plan de sauvegarde. Nous avons commencé avec de gros boulets dont nous n'étions pas responsables : la dette et la réputation.

Quels sont les montants des créances vigneronnes qui ne seront pas remboursés ?

À l'origine il y avait 25 millions € de créances. Ce passif a peu bougé, le plan d'apurement étant progressif sur dix ans. La seule chose que l'on a pu rembourser est la créance vigneronne. Sur les 5 millions €, nous en avons remboursé les deux tiers. Il y en a qui verront le verre à moitié vide, mais je le vois à moitié plein : cela aurait été zéro s'il n'y avait pas eu de reprise.wq

L'histoire Anagram n'est pas totalement finie pour vous, Labruyère Développement et Industrie Wine (LDI Wine) propose de gérer la vente des vins restant (70 000 hectolitres) et des actifs (site de Piolenc, propriétés...).

Les stocks ont été gagés, étant financés par emprunts bancaires. Pour ne pas laisser dans la nature 70 000 hl de vins, qui pourraient déstabiliser le marché, LDI Wine a proposé de gérer de façon ordonnée la vente de ces stocks. Une équipe est chargée de cette mise en vente. Nous n'y gagnons rien. En termes d'actifs, LDI Wine vend à son profit les cinq domaines d'Anagram (qui n'étaient pas dans le périmètre du redressement et sont dans une fiducie). Ils représentent plus de 200 hectares de vignes. Pour les sites immobiliers, Anagram est locataire à Visan. Le site de Piolenc appartient à LDI Wine, nous sommes en contact avec des acheteurs potentiels, de la filière ou pas.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Vallée du Rhône Grand entretien sur l'échec du vracqueur Anagram (ex-Raphaël Michel)

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **95992**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

21 Fevrier 2022
Journalistes : **Alexandre Abellan**
Nombre de mots : **8086**

Visualiser l'article

Après le dossier Raphaël Michel, seriez-vous prêt à tenter de nouveau la reprise d'une entreprise de la filière vin, ou est-ce que cette expérience vous en dissuade ?

On ne s'interdit rien. Il y a des sociétés de vin qui marchent très bien, de jolies affaires de négoce. Je ne peux pas dire que l'on ne regardera plus d'affaires dans ce secteur, même s'il est compliqué (avec des cours fluctuants, comme tout secteur agricole).

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MENTIONS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

PUTEAUX INFOS

Famille du média : **Médias institutionnels**
Périodicité : **Mensuelle**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **Fevrier 2022 P.21-21**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **96**

Un amour de cadeau

À chaque signe son cadeau dans les magasins de Puteaux !

Vierge

La vierge est une pro de l'organisation qui soigne son apparence qu'elle veut élégante et distinguée. La vierge est délicate et apprécie les belles matières et les bonnes choses de la vie. Alors, vous ne décevrez aucun des deux si vous choisissez un excellent vin.

Pour elle et pour lui : une bonne bouteille de vin
Où en trouver : Nysa : 111 rue Jean Jaurès / Chez Nicolas : 99 rue Jean Jaurès / Cave Mannevy : 50 boulevard Richard Wallace

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3600842600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

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

6 Fevrier 2022
Durée de l'extrait : **00:27:43**
Heure de passage : **12h30**
Disponible jusqu'au :
7 Avril 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220037152

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Femme Actuelle

www.femmeactuelle.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **11113483**
Sujet du média : **Lifestyle, Mode-Beauté-Bien être, Tourisme-Gastronomie**

9 Fevrier 2022
Journalistes : **Marie Pellefigue**
Nombre de mots : **9167**

Visualiser l'article

15 bons plans pour dépenser moins

vidéo : https://www.femmeactuelle.fr/vie-pratique/argent/15-bons-plans-depenser-25346

Sans être grippe-sou, vous n'aimez pas jeter votre argent par les fenêtres. Nous non plus ! Voici une série d'astuces, à mettre en oeuvre au quotidien, pour économiser quelques centaines d'euros par an.

Collectionnez les cartes de fidélité

La plupart des grandes enseignes (Leclerc, Marionnaud, Camaieu, Nicolas, Sephora, Monoprix...) proposent des cartes de réduction gratuites. Adoptez-les si vous faites souvent vos courses dans ces boutiques. Vous recevrez ainsi des coupons de réduction, serez invité aux soldes privés, voire accumulerez des points pour recevoir des chèques-cadeaux. À la clef, des ristournes de 10 à 50%.

Autre astuce : demandez votre carte de grand magasin (Galeries Lafayette, Printemps, Fnac...) au moment de réaliser un achat important : celle-ci permet généralement d'obtenir des réductions appréciables le jour de la souscription !

Prenez des douches et limitez les bains

Une baignoire pleine représente 200 litres d'eau, une douche environ 60 litres. Si vous-même et monsieur prenez deux douches au lieu de deux bains, vous économisez 280 litres par jour, soit 8 400 litres par mois. À 0,003€/litre (tarif parisien, qui n'est pas le plus élevé du marché), votre facture d'eau s'allégera de près de 300€/an.

Anticipez vos vacances et restez ouvert sur les dates

Vous rêvez de 15 jours en Thaïlande ? Achetez vos billets d'avion six mois à un an à l'avance pour profiter des meilleurs tarifs et économiser de 20 à 30% en moyenne.

Vous souhaitez partir en week-end à Londres ou à Venise ? Si vous êtes flexible sur vos dates de départ, simulez plusieurs solutions. Parfois en partant vendredi et en rentrant dimanche, vous paierez 20% de plus qu'en partant samedi et en rentrant lundi...

Mieux, si vous êtes prêt pour un départ... demain, le site du même nom assure des promos encore plus intéressantes.
departdemain.com

Soyez infidèle à votre assureur

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Vous détenez le même contrat automobile ou habitation depuis des années, erreur ! Les compagnies appliquent des tarifs d'appel la première année pour attirer de nouveaux clients, puis la prime grimpe. À la longue, votre ancien contrat n'est plus du tout compétitif. En plus, « de nouvelles prestations sont souvent intégrées dans les contrats récents. Pour en profiter, il faut changer régulièrement d'assurance, ou au moins faire le tour de la concurrence tous les trois ans », conseille Jérôme Chasques, directeur général d'Hyperassur. Pour vous simplifier la vie, recourez aux comparateurs (Hyperassur, Assurland, Lelynx, Lesfurets...). Ils peuvent vous proposer des alternatives pour gagner jusqu'à 40% du coût de votre prime annuelle.

Transformez-vous en super-plombier

Faites un test : relevez les chiffres de votre compteur d'eau avant d'aller vous coucher et consultez-le à nouveau au réveil. S'il a tourné, vous êtes victime d'une fuite sur votre réseau. Réparez-la rapidement pour éviter de...payer pour rien. En moyenne, les fuites représentent près de 20% de la consommation d'eau annuelle !

Éteignez vos appareils électriques

Il est très facile de laisser votre ordinateur , télévision ou chaîne hi-fi s'éteindre seul. Mais parce que même en veille, les appareils consomment de l'électricité, ayez le réflexe de les débrancher pour alléger votre facture de quelques dizaines d'euros par an. En Europe, près de 2,5% de l'électricité consommée l'est par des appareils en veille.

Optimisez les soldes

Vous avez de nombreux enfants dans votre entourage et votre famille pourrait bien s'agrandir dans les mois à venir ? Profitez des soldes et autres périodes de promotions pour faire le plein de vêtements et jouets indémodables (poupées, déguisements, jeux de société...) et bénéficiez de réductions jusqu'à 60% ! Il ne vous restera plus qu'à stocker le tout dans une malle au trésor, à ouvrir à chaque anniversaire, Noël ou pour tout autre moment de gratification !

Gérez la logistique alimentation au cordeau

Lorsque vous vous rendez au supermarché, fuyez les emballages individuels et les petits contenants. En préférant les tailles familiales et les conditionnements par lots, vous paierez souvent entre 20 et 40% de moins. Gardez toutefois un oeil sur le prix au kilo et méfiez-vous du rayon « Super promo », pas toujours moins cher !

Diminuez vos frais bancaires

Faites le tri dans vos services et assurez-vous que vous utilisez réellement toutes les options de votre forfait. Si tel n'est pas le

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

cas, souscrivez un abonnement sec pour votre carte. Autre piste : ouvrez un second compte dans une banque en ligne (Bfor Bank, Fortunéo, ING Direct...). Elles proposent toute une carte bancaire basique, voire haut de gamme (Visa Premier, Mastercard Gold, sous conditions) gratuite. Vous économiserez ainsi jusqu'à 150€/an.

Jouez à la fée du logis dans votre cuisine

Si les parois de votre réfrigérateur ont 4 cm de givre et si la grille d'aération (à l'arrière) est encrassée, la consommation électrique double. Nettoyez votre appareil régulièrement. Remplacez également votre électroménager hors d'âge par de nouveaux modèles moins énergivores. À titre d'exemple, un réfrigérateur-congélateur en classe C consomme en moyenne 500 kWh/an, contre 200 kWh/an pour le même classé A+. À 0,15€ le kWh, cela représente un gain de 45€/an.

Exploitez le talent des apprentis

Vous voulez profiter d'un menu gastronomique, changer de coiffure, tenter une coloration : fréquentez les écoles et centres de formation. En acceptant de dîner dans un lycée hôtelier ou en prêtant votre tête à un élève, vous paierez moitié prix. Pas d'inquiétude, les apprentis sont en fin de formation et leurs travaux sont supervisés par un professionnel !

Utilisez le cash-back

Ce système, très en vogue dans les pays anglo-saxons, a débarqué en France il y a quelques années. Le principe ? Afin de récompenser les clients fidèles ou en attirer de nouveaux, le commerçant leur accorde une ristourne. Concrètement, une partie du montant de vos achats est reversée, en argent liquide ou en bons d'achat, dans une « cagnotte ». Vous pouvez ensuite l'employer comme bon vous semble. Pour profiter du cash-back, si vous êtes adepte du shopping sur Internet, des sites (eBuyClub, Fabuleos, iGraal, Poulpeo, Prescrit...) proposent d'en bénéficier automatiquement, à condition de faire vos emplettes chez un commerçant partenaire. Autre solution : payer via une carte bancaire avec cash-back. Pionnier en la matière, LCL en propose dans sa gamme. « Nous intégrons, dans notre programme de cash back Avantage +, aussi bien des grandes enseignes que des commerçants de proximité », explique Marie-Noëlle Cadet de Fontenay, responsable du programme LCL Avantage +.

Abusez des comparateurs de voyage

Pour optimiser le coût de vos vacances, surfez sur l'un des nombreux sites qui permettent de trouver le meilleur vol au meilleur prix pour une destination ou période donnée (Google Flights, Kayak...). D'autres affichent la chambre d'hôtel la moins chère à l'instant T (Booking, Tripadvisor, Trivago...). Attention, pour être sûr de trouver le tarif le plus compétitif, espacez vos recherches (pas trois fois dans l'heure) et éviter les heures de pointe !

Allégez le budget courses

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Rendez-vous au marché juste avant le remballage. Le choix est moindre, mais les commerçants accordent facilement des rabais de 20 à 50% pour écouler leurs produits frais. Pour augmenter les réductions, achetez en grande quantité, cuisinez et... congelez. Un bon moyen d'avoir de bons petits plats mitonnés maison pour pas cher !

Dormez sous la couette et posez des doubles rideaux

Installer des thermostats sur vos radiateurs permet de réguler le chauffage dans les pièces à vivre durant la journée et de réduire leur température pendant la nuit. Un degré de moins dans une pièce diminue la facture de chauffage de 5 à 10%. Prenez l'habitude de dormir dans une chambre un peu fraîche, sous une couette épaisse si besoin. Autre bon plan : les doubles rideaux. En effet, les parois vitrées entraînent une déperdition de chaleur d'environ 15% par rapport à un mur plein. En tirant vos rideaux le soir, vous limiterez la fuite vers l'extérieur.

Calibrez votre mutuelle santé

Les complémentaires santé pèsent souvent lourd sur le budget des ménages, pourtant peu d'entre eux calibrent parfaitement leur couverture à leurs besoins réels. À titre d'exemple, selon que vous souffrirez d'une légère pathologie qui vous oblige à prendre régulièrement des médicaments ou que vous serez adepte d'homéopathie ou de naturopathie, vous ne devrez pas choisir des options similaires. Pour personnaliser votre mutuelle, utilisez des sites dédiés. « Nous proposons un outil de comparaison gratuit qui permet d'obtenir des devis avec la formule et les options qui conviennent le mieux à la situation du patient », précise Julien Fillaud, directeur général de Mutuelle Conseil. Des plateformes comme Adopteunemutuelle, Santiane... proposent des prestations similaires.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Rayon Boissons

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Mensuelle**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Agroalimentaire-Agriculture
Economie-Services

Edition : **Fevrier 2022 P.138**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **43**

0,3 MD €
DE CA TTC DANS
LES BOISSONS
500 MAGASINS
Nicolas

1, RUE DES OLIVIERS
94 320 THIAIS
TÉL. 01 41 73 81 81
WWW.NICOLAS.COM

Jérôme Poiret, directeur du pôle produits
Isabelle Fosset, responsable du pôle produits
Jean-Baptiste Stoque, premier acheteur
Sylvie Cavalière, acheteuse vins

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Saintes.

13 Fevrier 2022
Durée de l'extrait : **00:27:36**
Heure de passage : **12h30**
Disponible jusqu'au :
14 Avril 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220043687

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

ALERTE STREAM

MOT-CLE(S)	NICOLAS
CHAINE / STATION	**SUD RADIO**
DIFFUSION	**19/02/2022 - 13:49**
DUREE	00:07:13
EMISSION	IN VINO - 13:30
PRESENTATEUR(S)	ALAIN MARTY
INDEXATION	
RUBRIQUE	

Réf. Alerte : 1564-74166

Stream expiré

Nous vous rappelons que les Streams sont disponibles pendant 10 jours après réception de l'alerte correspondante.

Vous pouvez toutefois commander l'extrait ou le script de l'émission pendant les 60 jours suivant sa diffusion, directement depuis votre alerte e-mail ou depuis cette page à l'aide de la barre de "commande expresse" ci-dessous.

N'hésitez pas à contacter notre Desk TV&Radio au 01 47 67 18 00 ou par e-mail
ServiceClients.RI@kantarmedia.com

Service clients
Tel. +33 (0)1 47 67 18 00 | Fax +33 (0)1 47 67 18 01
ServiceClients.RI@kantarmedia.com | www.kantarmedia.com
60, av. du Gal de Gaulle | 92046 Paris La Défense Cedex

Radio FRA

In vino

20 Fevrier 2022
Durée de l'extrait : **00:27:21**
Heure de passage : **12h31**
Disponible jusqu'au :
21 Avril 2022

AM **Alain MARTY**

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas de Vichy, rue de Paris.

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220050173

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Réf. Alerte : 1564-74174

ALERTE STREAM

MOT-CLE(S)	NICOLAS
CHAINE / STATION	**SUD RADIO**
DIFFUSION	**26/02/2022 - 13:55**
DUREE	00:01:57
EMISSION	IN VINO - 13:30
PRESENTATEUR(S)	ALAIN MARTY
INDEXATION	
RUBRIQUE	

0:00 / 2:06

Impossible de regarder ou d'écouter ? Cliquer ici
Problème d'accès, cliquez ici

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas de Limoges.

27 Fevrier 2022
Durée de l'extrait : **00:24:24**
Heure de passage : **12h31**
Disponible jusqu'au :
28 Avril 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220056332

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

REVUE DE PRESSE NICOLAS

MARS

Omnicom Public Relations Group

CORPORATE

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

Le nouvel Economiste

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **72562**

Sujet du média : **Economie-Services Industrie**

Edition : **18 mars 2022 P.20**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **285**

La location-gérance, alternative à la reprise chez Nicolas

La location-gérance est une solution intermédiaire entre la franchise et la création d'un magasin ex nihilo

L'enseigne Nicolas propose à ses collaborateurs trois statuts : celui de caviste gérant-mandataire (le fonds de commerce appartient en propre à Nicolas), le statut de franchisé et la reprise en location-gérance. *"Le groupe Nicolas dispose de franchises à l'étranger et de quelques-unes en France. Nous n'ouvrons qu'une ou deux franchises par an dans l'Hexagone, car nous nous sommes rendu compte que de nombreux dossiers étaient mal montés ou que les candidats ne se rendaient pas compte des conséquences physiques comme familiales du métier de caviste."*

Car aimer le bon vin ne suffit pas, il convient également d'accepter de travailler tard le soir et le week-end. *"L'objectif de Nicolas est d'assurer la pérennité de ses magasins et la maturité économique de l'enseigne en France"*, souligne Christopher Hermelin, responsable communication et marketing du groupe Nicolas, qui précise que 98 % des enseignes Nicolas appartiennent en propre au groupe. Selon ce dernier, le statut de location-gérance a de nombreuses vertus : *"le repreneur reprend un magasin qui dispose d'un historique et il n'a pas d'investissements massifs à faire. Il finance son stock et s'acquitte d'un droit d'enseigne minime, ce qui ne met pas en péril son patrimoine personnel"*. Pour lui, *"la location-gérance est une bonne solution de transition, qui est souple et minimise les risques pour le repreneur. C'est une solution intermédiaire entre la franchise et la création ex nihilo. Elle résulte souvent de la demande d'anciens collaborateurs qui veulent reprendre un magasin"*. Et Christopher Hermelin de conclure : *"la location-gérance offre une bonne rampe de lancement"*. ■

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LSA

www.lsa-conso.fr

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **747595**
Sujet du média : **Economie - Services**

29 Mars 2022
Journalistes : **Sylvie Leboulenger**
Nombre de mots : **3138**

Visualiser l'article

Le caviste Nicolas élu Marque Préférée des Français

Nicolas, 200 ans cette année, a été élu Marque Préférée des Français, après une étude réalisée par le panel d'OpinionWay.

Nectar est un personnage créé pour Nicolas en 1922. © Nicolas

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 est arrivé à la première 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.

Un caviste appartenant au patrimoine français

En 1822, Louis Nicolas ouvre sa première cave au 53 rue Sainte-Anne, à Paris. Nicolas 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,*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

notamment parisien. Paris est une succession de petits villages, dans lesquels Nicolas est devenu un commerce de proximité incontournable " . De nombreux artistes ont mis leurs talents d'illustration au service de sa publicité, comme Dransy qui a donné naissance au personnage Nectar en 1922, pour les 100 ans de l'enseigne. Nicolas veut désormais toucher davantage de femmes, et les jeunes. 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.

A propos de Marque Préférée des Français

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.

×
×
×
×

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LSA LA QUOTIDIENNE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **29 mars 2022 P.23-24**
Journalistes : **Sylvie Leboulenger**
Nombre de mots : **407**

Le caviste Nicolas élu Marque Préférée des Français

Sylvie Leboulenger

Nectar est un personnage créé pour Nicolas en 1922.© Nicolas

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 est arrivé à la première 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.

Un caviste appartenant au patrimoine français

En 1822, Louis Nicolas ouvre sa première cave au 53 rue Sainte-Anne, à Paris. Nicolas 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*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

petits villages, dans lesquels Nicolas est devenu un commerce de proximité incontournable ". De nombreux artistes ont mis leurs talents d'illustration au service de sa publicité, comme Dransy qui a donné naissance au personnage Nectar en 1922, pour les 100 ans de l'enseigne. Nicolas veut désormais toucher davantage de femmes, et les jeunes. 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.

A propos de Marque Préférée des Français

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.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

RayonBoissons

www.rayon-boissons.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **39475**
Sujet du média : **Economie - Services**

30 Mars 2022
Journalistes : **Jacques Bertin**
Nombre de mots : **807**

Visualiser l'article

Nicolas élu marque préférée des Français dans la catégorie cavistes

Nicolas vient d'être élu **marque préférée des Français dans la catégorie cavistes** suite à une étude réalisée du 16 au 18 février 2022 sur le panel d'OpinionWay. Un titre que l'enseigne, propriété du groupe Castel Frères et forte de **574 caves dans l'Hexagone et à l'étranger** , a tenu à mettre en avant via un communiqué.

« 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.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

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

PRODUITS

Presse écrite FRA

3 ÉTOILES

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Trimestrielle**

Audience : **N.C.**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Printemps 2022 P.114-118**

Journalistes : **SYLVIE BONIN**

Nombre de mots : **2177**

LES ÉVÊQUES ONT TOUJOURS AIMÉ LES GRANDS VINS, LA QUALITÉ COMPTAIT POUR LES PAPES, LES RELIGIEUSES EN BOIVENT AUSSI.

Vin de messe : les (petits) secrets confessés

LE VIN, « FRUIT DE LA VIGNE ET DES HOMMES », EST TRÈS PRÉSENT DANS LA TRADITION CHRÉTIENNE. DANS LA BIBLE, NOÉ A ÉTÉ LE PREMIER HOMME À PLANTER DE LA VIGNE.

PAR **SYLVIE BONIN**

Jésus a transformé l'eau en vin aux noces de Cana. Il a partagé le pain et le vin avec ses apôtres lors de son dernier repas, la Cène, en prononçant ces paroles : « Ceci est mon corps, ceci est mon sang, vous ferez cela en mémoire de moi », qui sont à l'origine de la célébration de l'eucharistie, suivie par la communion du prêtre ou du pasteur, puis des fidèles.

Le vin est donc indispensable à la célébration de la messe. Cela explique historiquement la large contribution des ordres monastiques à l'implantation des vignobles dès le XIIe siècle, comme le rappellent les dénominations telles qu'ermitage, abbaye, clos ou prieuré. « Les abbayes et monastères ont créé des vignobles d'abord pour fournir le vin du culte, et ensuite, accessoirement, pour le vendre », souligne Jean-Baptiste Noé (un nom prédestiné pour la vigne...). Historien, professeur d'université, directeur d'Orbis (organisme d'analyse et de conseil en géopolitique auprès des entreprises) et auteur prolifique, il a déjà publié, à 38 ans, une vingtaine d'ouvrages, dont plusieurs consacrés à l'histoire de l'Église, et de nombreuses chroniques sur le vin et la gastronomie.

Selon la tradition chrétienne, le vin consacré comme le sang du Christ est bu par le prêtre au moment de la communion.

P. DELISS / GODONG / LEEMAGE ; LISSAC / GODONG ; LEEMAGE

Dans son livre « Histoire du vin et de l'Église » (Les Éditions du Net), il aborde notamment le rôle primordial des évêques et des moines dans l'élaboration des terroirs et la constitution des grands crus. « Ainsi à la fin du XVIIe siècle, dans l'abbaye bénédictine de Hautvillers, le moine dom Pierre Pérignon, suivi par son disciple dom Thierry Ruinart (oncle du fondateur de la maison Ruinart), s'est attaché à créer le meilleur vin possible. » Un vin de mousse pour vin de messe ? « La qualité du vin comptait à l'époque, poursuit l'historien, en particulier pour les papes. Lorsqu'ils siégeaient en Avignon, ils consommaient non pas du châteauneuf-du-pape, qui était alors un vin du quotidien, mais des grands vins de Bourgogne, qu'ils ont continué à se faire livrer par bateau au port d'Os-

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7281172600509

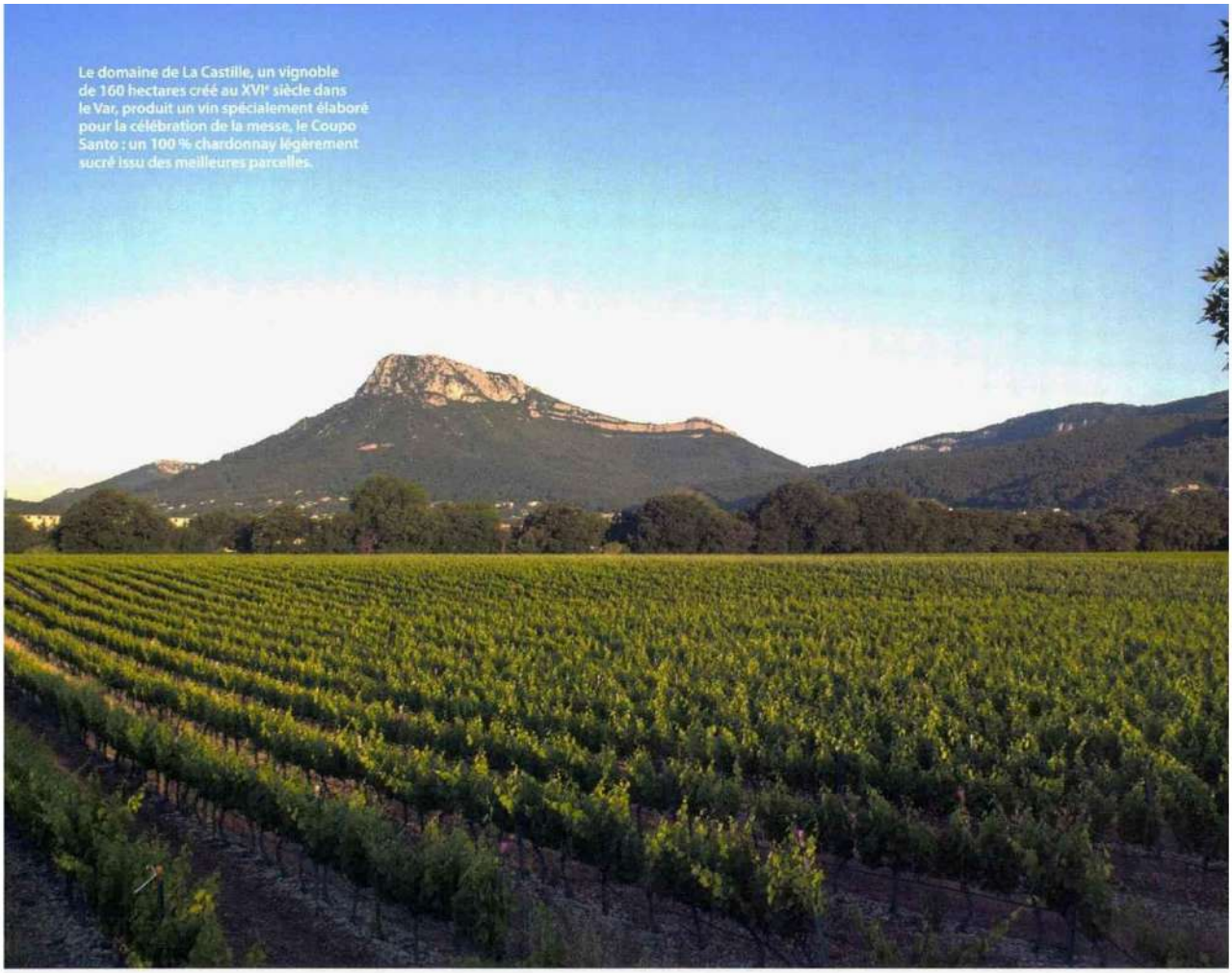
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

tie lorsqu'ils sont revenus à Rome. Après, le Vatican s'est approvisionné en vins locaux, venant principalement du Latium et du nord de l'Italie. D'une manière générale, les prêtres utilisent des vins de leur région pour célébrer la messe. Lorsqu'en 1996, pour la commémoration du baptême de Clovis, le pape Jean-Paul II était venu à Reims, on lui avait offert, pour célébrer la messe, du rosé des Riceys, un vin rare de Champagne non effervescent. Dans les contrées où il n'y a pas de tradition vinicole, en Afrique par exemple, on importe pour le culte des vins d'Europe. Dans les pays musulmans, où l'alcool est interdit, il y a une tolérance pour les églises. De même pendant la Prohibition dans les années 1920 aux États-Unis, quand l'alcool était illégal, il y avait une exception pour le culte. Dans certaines paroisses, les commandes de vin avaient considérablement augmenté, car la mafia était passée par là pour s'approvisionner en alcool... »

DES VINS NATURELS

Du vin pour célébrer la messe, mais quel vin ? Celui utilisé dans la liturgie chrétienne n'est pas un produit spécifique, contrairement au vin casher utilisé dans le judaïsme

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



Le domaine de La Castille, un vignoble de 160 hectares créé au XVIe siècle dans le Var, produit un vin spécialement élaboré pour la célébration de la messe, le Coupo Santo : un 100 % chardonnay légèrement sucré issu des meilleures parcelles.

qui doit être certifié par un rabbin. D'après le Code de droit canonique catholique de 1983, le vin liturgique doit être « un vin naturel de raisins, pur et non corrompu, sans mélange de substances étrangères ». Donc sans sucres, sans alcool ajouté, sans additifs. Proche, en somme, du vin bio.

Dans la mesure où il respecte cette règle, il peut être indifféremment rouge, rosé ou blanc. L'on s'attendrait plutôt à du vin rouge, puisqu'il représente le sang du Christ. Mais en France les prêtres choisissent plutôt du vin blanc doux. Blanc, parce qu'il tache moins le linge d'autel, souvent précieux, servant à essuyer le calice à chaque messe. Doux, parce qu'il est plus agréable à boire à jeun et qu'il se conserve mieux. En effet, la quantité versée dans le calice, coupée de quelques gouttes d'eau, est infime, et la bouteille doit pouvoir se garder ouverte sans s'oxyder. N'empêche, cela représente tout de même des quantités importantes à la fin de l'année : ainsi on estime que la population ecclésiastique italienne, soit près de 30 000 religieux, consomme 800 000 litres de vin pour les seuls offices, soit près de 27 litres par an et par religieux, uniquement en vin de messe. Alors autant qu'il soit bon ! Un prêtre français évoque avec émotion le porto que des fidèles portugais ne manquaient pas de lui apporter pour dire la messe les jours de fête...

L'Église orthodoxe russe utilise, elle, des vins rouges plutôt corsés, comme le cahors, adopté il y a trois cents ans sous le règne de Pierre le Grand, qu'elle continue à acheter dans le Lot.

Jusqu'au XIIIe siècle, les catholiques, à la messe, communiaient en buvant le vin consacré ; aujourd'hui, ce sont uniquement les prêtres. Les protestants, eux, communient toujours sous les deux espèces, le pain et le vin. Les fidèles se voient présenter un plateau avec des petits verres en verre remplis les uns de jus de raisin (destinés aux personnes ne consommant pas d'alcool), les autres remplis de vin, non coupé d'eau, rouge la plupart du temps, venant de la région autant que possible. Il n'y a aucun interdit, tous les vins sont permis. « C'est en général plutôt du bon vin, souligne un paroissien, car ce qui reste est servi au repas partagé

SDP

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

SDP

qui suit l'office. Et puis cela peut être un produit d'appel pour attirer de nouveaux fidèles... » plaisante-t-il.

UN APPROVISIONNEMENT DIVERSIFIÉ

Comment s'approvisionnent les paroisses ? Dans les régions viticoles, les curés peuvent se fournir directement chez les vignerons du coin, qui souvent leur offrent quelques bouteilles. Ainsi le château Nadal-Hainaut, près de Perpignan, dont le vignoble a été constitué par les moines cisterciens au XIIe siècle, donne depuis des années à sa paroisse du soler, un vin rouge des Côtes catalanes, la Cuvée 1900 La Centenaire, issue d'une vigne plantée en 1900, 100 % carignan vieilles vignes (14,5° d'alcool), pour une consommation d'une vingtaine de bouteilles par an.

Le caviste Nicolas, qui fête cette année ses 200 ans, présent dans toute la France à travers 500 boutiques, a été parmi les premiers à vendre du vin de messe : « Historiquement, nous avions un accord spécifique avec l'archevêché. Le principal client pour ce vin était l'Église, qui prenait à sa charge le suivi d'un cahier des charges spécifique et d'une analyse œnologique qu'elle organisait à titre de contrôle. Il s'en vendait beaucoup », explique une chargée de communication.

« Aujourd'hui, ce produit vendu sous la marque Vin de Messe existe toujours en écho au souvenir de cette époque. Pour autant les ventes sont minimes et très probablement le fait de quelques particuliers plus que de l'Église. Quoi qu'il en soit, l'implication de l'archevêché vis-à-vis de ce produit s'est perdue, et, désormais, Vin de Messe est devenu une marque déposée. Le vin respecte du mieux possible le cahier des charges qualité posé par le droit canon, en ce sens qu'il emploie le moins d'additifs possible. Toutefois il n'en est pas vierge, notamment parce que le maintien de sa qualité organoleptique en dépend. Il s'agit d'un vin blanc mœlleux (11°) issu des cépages colombard et ugni blanc, légèrement sucré par ajouts de moûts, qui est donc particulièrement fragile si on ne le protège pas. L'ajout de sulfites est toutefois minime : 30 à 40 mg/l pour une réglementation qui tolère jusqu'à 200 mg/l pour cette catégorie de vin. »

SURTOUT DES VINS DOUX

Si la grande distribution est peu présente dans la commercialisation du vin de messe, il existe en revanche quelques réseaux spécialisés, comme la Ciergerie du Sud-Est, l'une des trois grosses ciergeries en France à en vendre. Cette entreprise familiale, installée au Puy-en-Velay, au cœur de l'Auvergne, fabrique depuis 1736 des cierges pour les cathédrales et paroisses françaises. Si la partie bougies reste l'essentiel de son activité, elle vend également des objets liturgiques et du vin de messe : « C'est plutôt un service que nous souhaitons apporter aux prêtres pour qu'ils n'aient pas à chercher trop loin », explique son directeur général, Brendan Leroy. Commercialisé depuis une trentaine d'années, le vin de messe représente environ 12 000 bouteilles par an, vendues à prix doux (entre 7 et 11 euros par carton de 6 bouteilles).

Trois cuvées sont proposées : Vinum missæ Altaris, un muscat

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

de liqueur doux et sucré (15°), en rouge et en blanc ; Ictus, vin bio, un muscat moelleux très fruité (13°) produit par l'abbaye Notre-Dame-des-Neiges en Ardèche ; Coupo Santo, un vin blanc aux notes de fleurs d'acacia et de vanille (13°), qui doit son nom au titre de l'hymne provençal écrit par le poète Frédéric Mistral. Il est produit par le domaine de La Castille, un vignoble créé au XVIe siècle dans le Var et légué il y a cent ans au diocèse de Fréjus-Toulon. « C'est un vin 100 % chardonnay légèrement sucré (10 g/l) issu de nos meilleures parcelles et spécialement élaboré au départ pour les 130 paroisses du diocèse, explique le directeur du domaine, Marc Fischer. Sur la production totale de notre vignoble de 160 hectares, certifié HVE, qui représente 260 000 bouteilles par an, nous vendons environ 5 000 bouteilles de Coupo Santo : un tiers à la Ciergerie du Sud-Est et deux tiers directement à notre caveau, car la clientèle particulière apprécie aussi ce vin doux. »

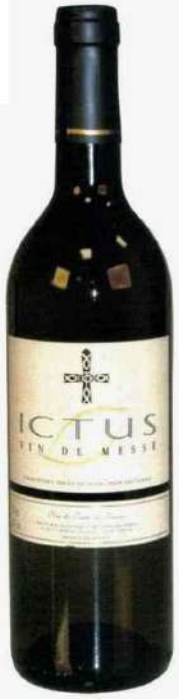
La Ciergerie Desfossés, installée dans la région nantaise depuis près de cent cinquante ans, commercialise elle aussi du vin destiné au culte : un vin blanc mœlleux du Bordelais distribué auprès des paroisses françaises, à raison de 10 000 bouteilles par an, et un vin de Rivesaltes vendu uniquement à l'exportation (Antilles, Afrique, Canada). Il est produit par la cave coopérative Arnaud de Villeneuve à Rivesaltes. « C'est un vin blanc doux naturel élevé cinq ans minimum en barriques, élaboré spécialement pour l'Église et vendu exclusivement à la Ciergerie Desfossés depuis une vingtaine d'années, à raison de 7 500 bouteilles par an », explique Frédéric Bergeron, le directeur des ventes France de la cave.

DES PRÊTRES CONNAISSEURS

Si l'on doit boire un peu de vin tous les jours en célébrant la messe, autant ne pas s'infliger de consommer de la piquette, qui en plus pourrait provoquer des migraines et des aigreurs d'estomac... Claudine Beaudouin, caviste au Puy-en-Velay, en sait quelque chose. Soucieuse de promouvoir les vins français, elle est la cheffe sommelière de l'Équipe de France de la gastronomie et des maîtres du service : présidée par Bernard Vaussion, ancien chef de l'Élysée, cette association organise chaque année avec Michel Roth un dîner de gala pour soutenir des actions caritatives. Mais au quotidien, Claudine exerce ses talents au Puy-en-Velay, à la Cave de la Chèvrerie, dont elle est propriétaire depuis près de trente ans. C'est dire qu'elle connaît bien ses clients, civils et religieux, tant la ville est riche en églises et en couvents. Parmi ses fidèles, elle a compté pendant six ans l'évêque du Puy. Peut-être parce qu'il avait fait des études de biologie végétale, et qu'il avait passé deux ans dans un centre de recherche agronomique au Brésil avant d'entrer dans les ordres, il s'intéressait aux vins : « Il était même venu une fois déguster des vins à la Cave, se souvient Claudine. Pour la célébration de la messe à la cathédrale, il choisissait toujours des vins blancs nature, produits en biodynamie, secs ou moelleux. »

Les religieuses ne sont pas en reste : « J'approvisionne les sœurs de Saint-Joseph pour les repas du dimanche à la maison de retraite. Et aussi les sœurs du couvent Sainte-Claire, qui hébergent souvent des pèlerins partant du Puy sur le chemin de Compostelle. Elles m'ont même demandé de venir leur faire un cours d'initiation à la dégustation... »

Il y aurait donc beaucoup de religieux connaisseurs en vins. Et amateurs, si l'on en croit le cardinal de Bernis, qui fut ministre et ambassadeur de Louis XV auprès du pape : il exigeait que son vin de messe fût un bon meursault, affirmant qu'il ne voulait pas que le Créateur le vît faire la grimace au moment de la communion... ✪



Ictus et Altaris, deux muscats, ainsi que Coupo Santo, un chardonnay (page précédente), sont les trois vins de messe proposés par la Ciergerie du Sud-Est.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7281172600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

FOIRE AUX VINS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Web FRA

www.voici.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **13309579**
Sujet du média : **Lifestyle, Culture/Divertissement, Cinéma, Jeux vidéos, Mode-Beauté-Bien être**

12 Mars 2022
Journalistes : **Salomé Peter**
Nombre de mots : **2437**

Visualiser l'article

Foire aux vins printemps 2022 : dates, meilleurs prix... nos conseils pour faire de bonnes affaires

Qui dit printemps dit Foire aux Vins. Alors pour remplir votre panier à petits prix et profiter pleinement de cet événement, voici toutes les infos croustillantes à connaître !

Événement incontournable en France depuis 1973 , l'année où E.Leclerc a lancé la toute première édition, la Foire aux Vins réunit bon nombre de gourmets. Leur but ? Faire les meilleures affaires en grandes et moyennes surfaces ainsi que chez les cavistes, qui proposent des tarifs ultra avantageux sur une sélection de bouteilles pendant une durée limitée. Blanc, rouge , rosé, sec, puissant, pétillant... Il y en a pour tous les goûts . Le plus dur, c'est de choisir parmi tous les flacons qui font sensation dans les rayons !

Calendrier : toutes les dates de la Foire aux vins du printemps 2022

A vos agendas, voici le calendrier de toutes les enseignes proposant une Foire aux vins :

- Nicolas : du 2 au 29 mars 2022
- Carrefour : du 7 mars au 9 mai 2022 (les dates varient selon les magasins Proximité, Hypermarchés, Market et macave.carrefour.fr)
- Lidl : du 9 au 15 mars 2022
- Monoprix : du 23 mars au 4 avril 2022
- Le Petit Ballon : du 23 mars au 19 avril 2022
- Intermarché : du 24 au 30 mai 2022

Les bonnes affaires de la Foire aux Vins du printemps 2022

Vous aussi, vous cherchez des pépites à petits prix ? Notre top 5 :

1. Carrefour : le Chardonnay « Cuvée de Prestige » 2020 IGP Val de Loire, à 4,50€ . Médaille d'argent au concours des Vins de Loire 2021, il est parfait pour l'apéro ou pour accompagner des fromages à pâte dure .
2. Le Petit Ballon : l'AOP Côtes du Rhône bio Métaphysique des Cuves 2019, à 9,50€ . Fruit du travail d'une jeune vigneronne passionnée, on le déguste avec un bon morceau de boeuf ou de gibier.
3. Monoprix : dès 3 bouteilles achetées , vous bénéficiez d'une remise de 30% sur une sélection de vins différente chaque jour , grâce à votre carte de fidélité (offre valable également sur Monoprix.fr).
4. Lidl : l'AOP Bordeaux Terres Légendaires 2020, à 1,69€ . A ce prix-là, vous pouvez bien acheter le carton de 6 bouteilles ... surtout que deux d'entre elles sont gratuites !
5. Nicolas : l'AOP Côtes de Provence Masfleury 2020, à 7,15€ au lieu de 8,95€, pour trinquer au retour des beaux jours.

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

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LA MONTAGNE

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **511000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **13 mars 2022 P.5**

Journalistes : **-**

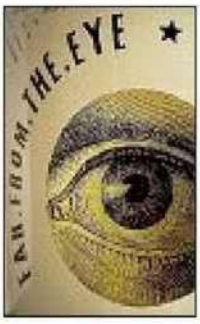
Nombre de mots : **182**

LE VIN

FAR FROM THE EYE. Le gaz et le pétrole flambent ? Autant se rabattre sur des combustibles meilleur marché.

Celui que nous propose Vincent, le caviste de la boutique Nicolas, place des bancs à Limoges, est de ceux-là. Ainsi, profitant de la Foire aux vins de printemps jusqu'au 29 mars prochain, vous pourrez jeter votre dévolu sur ce Far from the eye que l'on pourrait traduire en Français par « Loin de l'œil » !

Loin de l'œil n'est autre que le cépage phare des vins blancs de l'appellation Gaillac. Il se distingue par



une belle robe jaune claire et brillante. Le nez, très expressif, fait la part belle à des notes intenses de fruits exotiques qui suggèrent une belle maturité. En bouche, tout autant de générosité, c'est gourmand, direct et se marie idéalement avec des poissons, des fruits de mer ou à l'apéritif, et ce pour la modique somme de 6 € ! Je vous dit, un vrai bon plan ! ■

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3705072600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Centre France LE POPULAIRE

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **110000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **13 mars 2022 P.5**

Journalistes : **-**

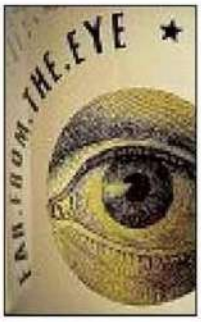
Nombre de mots : **182**

LE VIN

FAR FROM THE EYE. Le gaz et le pétrole flambent ? Autant se rabattre sur des combustibles meilleur marché.

Celui que nous propose Vincent, le caviste de la boutique Nicolas, place des bancs à Limoges, est de ceux-là. Ainsi, profitant de la Foire aux vins de printemps jusqu'au 29 mars prochain, vous pourrez jeter votre dévolu sur ce Far from the eye que l'on pourrait traduire en Français par « Loin de l'œil » !

Loin de l'œil n'est autre que le cépage phare des vins blancs de l'appellation Gaillac. Il se distingue par une belle robe jaune claire et brillante. Le nez, très expressif, fait la part belle à des notes intenses de fruits exotiques qui suggèrent une belle maturité. En bouche, tout autant de générosité, c'est gourmand, direct et se marie idéalement avec des poissons, des fruits de mer ou à l'apéritif, et ce pour la modique somme de 6 € ! Je vous dit, un vrai bon plan ! ■



Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

SECTEUR DU VIN ET DES CAVISTES

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Perpignan.

6 Mars 2022
Durée de l'extrait : **00:27:16**
Heure de passage : **12h30**
Disponible jusqu'au :
5 Mai 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220063019

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

www.mon-viti.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **15597**
Sujet du média : **Agroalimentaire-Agriculture**

7 Mars 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **1871**

Visualiser l'article

Le label " Zéro Résidu de Pesticides" compte désormais 15 références de vins

Avec l'arrivée de Vinovalie, de la Cave de Puisseguin Lussac Saint- Emilion et de la Cave du Marmandais (devenue Les Marmandais !), **le label " Zéro Résidu de Pesticides** du Collectif Nouveaux Champs **compte désormais 9 adhérents dans la filière viticole et 15 références de vins.**

Les Vignerons de Puisseguin Lussac Saint-Emilion prévoient la commercialisation, en 2022, d'une nouvelle marque ombrelle, dont les vins issus de plusieurs AOC seront labellisés Zéro Résidu de Pesticides. La mise en marché est prévue pour le second semestre 2022.

Les Marmandais ! se sont investi dans une démarche environnementale depuis plus de 20 ans. Le but : mener le vignoble dans les meilleures conditions environnementales et sociétales possibles et ainsi préserver son patrimoine humain, culturel et sa biodiversité. Objectif en 2022 : 50.000 bouteilles de vins " Zéro Résidu de Pesticides sur le Millésime 2021 à un PVC de 6,50€.

Tous les vins sont analysés par un laboratoire indépendant avant la mise en bouteille. En cas de présence d'un résidu, le vin est systématiquement déclassé et ne pourra pas etre vendu avec le label.

Les vins labellisés " Zéro Résidu de Pesticides peuvent etre achetés en grande distribution chez Intermarché, Auchan et Leclerc.
E

galement en circuit spécialisé dans l'enseigne Nicolas .

Surtout connu pour son offre en fruits et légumes frais, **le label " Zéro Résidu de Pesticides s'ouvre en effet à de nouveaux aliments comme le vin** , les jus de fruits, les fruits secs, les pates ou encore les légumes surgelés et s'impose comme une démarche de référence en devenant un nouveau modèle agricole.

Comment obtenir un vin " Zéro Résidu de Pesticides ? Découvrez un témoignage des vignerons de Tutiac au sujet des

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

bonnes pratiques agricoles :

CASTELNICOLAS2 - CISION 361012090

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Alerte Stream™

Client	OMNICOM PUBLIC RELATIONS
Contact	MARIELLE BRISON
Mot-clé	NICOLAS
Chaîne / Station	SUD RADIO
Diffusion	12/03/2022 - 13:30:00
Durée	00:05:52
Emission	IN VINO
Présentateur	ALAIN MARTY
Rubrique	

Ecouter / Regarder cette alerte

13:29:44
Balade entre la Provence et la Vallée de la Loire. Emission en direct du caviste Nicolas. Invités : Candice Beuque, propriétaire du Domaine de la Pertuade ; Ivan Massonnat, propriétaire du Domaine Belargus. Chroniqueurs : Hélène Piot, chef de rubrique au magazine Régal ; David Cobbold, co-fondateur de l'Académie des vins et spiritueux. 13:31:02 En 2010, Candice Beuque a changé de secteur. 13:32:09 C'est un beau projet familial. 13:33:57 40% des vignes ont été arrachées.

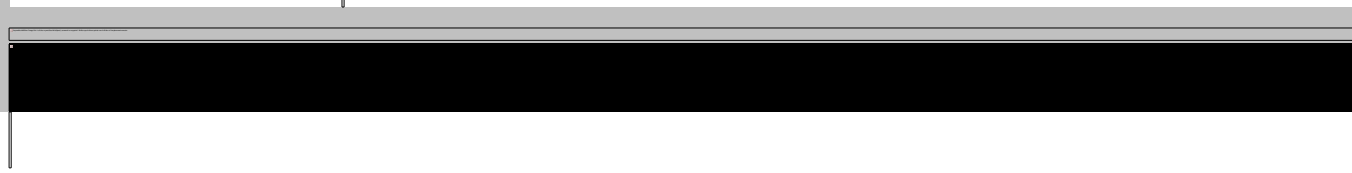
13:35:36

Cliquez pour commander :

Service Clients Kantar Media Intelligence
Tél +33 (0)1 47 67 18 00
Fax +33 (0)1 47 67 18 01
serviceclients.ri@kantarmedia.com
www.kantarmedia.fr

60, av. du Gal de Gaulle
92046 Paris La Défense cedex

Reproduction et diffusion interdites.
Le contenu et les liens de cet e-mail sont réservés à un usage strictement privé.
Vous recevez cet e-mail selon le paramétrage de votre compte client : (règles)
Contactez votre interlocuteur commercial pour toute modification de ce paramétrage.



Web FRA

urbanne

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **486**
Sujet du média : **Lifestyle**

12 Mars 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3229**

urbanne.fr

Visualiser l'article

Cave 1842 : le rendez-vous du muscadet, grands crus et spiritueux -

Une révolution. Pour la première fois, un vigneron du vignoble nantais ouvre une boutique à Nantes. Il ne vient pas seul : il accueille également dans sa cave des vins d'autres producteurs indépendants de tous les terroirs français et du monde.

« Je voulais venir à la rencontre des Nantais ». Plus besoin de faire des kilomètres pour entrer dans une cave du muscadet. Philippe Nevoux fait déguster ses vins du Château Guipière dans une très jolie boutique en plein coeur de Nantes, rue Contrescarpe. « L'ambition, c'est de vendre nos produits dans un réseau qu'on maîtrise. On fait le choix des circuits courts ». Une pratique courante à Saint-Émilion ou Bordeaux mais qui n'a pas cours jusqu'ici à Nantes. « Culturellement, le muscadet a encore du mal à séduire à Nantes, la réputation n'est pas à la hauteur du produit, même si, heureusement, tout cela est en train de changer. C'est pour cela que nous venons à la rencontre des consommateurs ». Une rencontre déjà réussie dans la première Cave 1842 qui a ouvert en 2021 à La Baule.

Le Château Guipière, qu'il a repris en 2015, a su s'adapter à cette demande de hausse constante de la qualité. Le domaine de vingt-six hectares, dont trois et demi dévolus au cru communal Goulaine, est classé Haute Valeur Environnementale (HVE) et fait actuellement sa transition vers le bio. Sur ce terroir où les premières vignes ont été plantées en 1842, Philippe Nevoux a retravaillé les cuvées, nommées en fonction des différentes parcelles du domaine. « L'idée, derrière tout ce travail, était de tirer notre vignoble vers le haut. Ce n'est d'ailleurs pas anodin que notre cuvée haut de gamme soit aujourd'hui celle que l'on vend le plus ».

Vins de France et d'ailleurs, alcools et champagnes

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Mais le domaine de la Guipière n'est pas le seul, loin de là, entre les murs chaleureux et soignés de la cave. Nicolas, le caviste et sommelier, a additionné ses connaissances à celles de Philippe Nevoux pour faire découvrir d'autres producteurs indépendants dans l'ensemble des terroirs de France. « Ce sont des vins que l'on va chercher directement chez les producteurs. Notre cheval de bataille, ce n'est pas le prix, mais une gamme à un prix cohérent ». Cette gamme s'étend très largement vers les alcools et spiritueux. Une trentaine de gins différents ont été sélectionnés au côté d'un gin « maison », un gin bio baptisé, comme le lieu, 1842. On trouve aussi des rhums du Panama, de Tobago, d'Afrique, une sélection de whiskies pointue.

« Comme pour les vins, on se concentre sur des choses que l'on ne trouve pas forcément ailleurs, ce qui nous permet de proposer des bouteilles un peu rares ». Le champagne vient également directement de chez le producteur avec une sélection de 24 à 200 euros la bouteille. « L'idée ici est double, résume Philippe Nevoux. Mettre en avant notre production et créer un endroit où l'on se sent bien, où l'on a envie de passer un moment pour découvrir les petites pépites que nous avons sélectionnées ».

Cave 1842

8 rue Contrescarpe, Nantes

32 avenue Louis Lajarrige, La Baule-Escoublac

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas d'Arcachon.

13 Mars 2022
Durée de l'extrait : **00:27:10**
Heure de passage : **12h30**
Disponible jusqu'au :
12 Mai 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220069773

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Vitisphere .com

www.vitisphere.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **95992**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

18 Mars 2022
Journalistes : **Alexandre Abellan**
Nombre de mots : **4405**

Visualiser l'article

Vallée du Rhône Des vignerons créanciers dénoncent la mauvaise gestion du vracqueur Anagram (ex-Raphaël Michel)

Un collectif reproche au repreneur du négociant de ne pas avoir fait le nécessaire pour maintenir l'activité et achever de les rembourser.

« D'après le rapport du Commissaire aux apports, au moment de la reprise, ils pouvaient payer toutes les dettes avec un boni de 3 millions d'euros » souligne Pascal Boiteux. - crédit photo : Anagram (archives, le site de Piolenc)

P

our eux, l'affaire du négociant de vin en vrac Raphaël Michel et son épilogue de la reprise par le groupe Labruyère sous le nom Anagram ne sont pas finis. *« Je suis l'un des vignerons qui a fait confiance dans la reprise d'Anagram »* , mais *« ce n'était pas un repreneur, mais un fossoyeur ! »* pose le vigneron Pascal Boiteux (domaine Graillefiot, à Sabran dans le Gard), membre d'un collectif de créanciers revendiquant une trentaine de membres. Dont des apporteurs de raisins* auprès du négoce Dolia (filiale de Raphaël Michel) passés chez Anagram (à la reprise de 2018), sous accord d'un remboursement de dette sur trois ans, qui ne sera jamais complété à la suite de la liquidation sèche du vracqueur (fin 2021 par le tribunal de commerce de Montpellier).

Pour ces vignerons n'ayant récupéré que les deux tiers de leurs créances, il semble que leur sang n'ait fait qu'un tour à la lecture de l' *interview* publié ce 21 février du repreneur de Raphaël Michel , Sébastien Bouvet-Labruyère. *« On ne boit pas les paroles de Monsieur Bouvet comme du petit lait »* tonne Pascal Boiteux, qui juge insatisfaisante la gestion du repreneur et indique que des signalements ont été déposés pour mauvaise gestion auprès de la justice, aux parquets de Carpentras et de Montpellier. *« Il n'y a pas eu de bilan publié pendant deux ans, ce qui, outre le fait que ce manquement soit puni par une amende pénale , n'a pas permis d'avoir de la visibilité sur la santé financière de l'entreprise alors que l'on continuait à y apporter nos raisins »* indique notamment le vigneron, jugeant que les frais de gestion de LDI supplémentaires à ceux d'Anagram étaient trop importants (550 853 euros en trois ans), alors que le négociant vendait à perte ses stocks de vin (hérités de Raphaël Michel pour LDI, pas seulement pour les créanciers) et se débarrassait d'actifs valorisés (comme ses

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

vignes au Chili). *« Il y a eu 14 millions € de pertes cumulées en à peine plus de 2 ans ! C'est une destruction de valeur par des pertes cumulées par rapport à l'absence de restructuration ! »* tranche Pascal Boiteux. Qui juge qu' *« Anagram a concrètement créé de la dette supplémentaire »*

Verre à moitié plein

Sollicité par *Vitisphere* , Sébastien Bouvet-Labruyère ne souhaite pas commenter, mais confirme les propos tenus lors de l'interview post-mortem d'Anagram. Pour le repreneur, les créanciers vignerons de Raphaël Michel ont pu bénéficier d'un remboursement certes incomplet, mais *« cela aurait été zéro s'il n'y avait pas eu de reprise. Il y en a qui verront le verre à moitié vide, mais je le vois à moitié plein »* expliquait le mois dernier Sébastien Bouvet-Labruyère, soulignant que ce passif préexistant avait participé à l'échec de cette reprise. En matière de vente de vins à perte, cela découlerait d'un déséquilibre entre les estimations de la valeur des vins repris en 2018 et de leurs prix réels sur le marché (concernant des millésimes mal conservés avec l'arrêt d'activité de Raphaël Michel).

Pas de quoi convaincre Pascal Boiteux, qui ne compte pas laisser péricliter le dossier. Contacté, le parquet du tribunal judiciaire de Carpentras indique que dans le cadre d'un signalement au procureur, *« il s'agit juridiquement d'une dénonciation qui doit faire l'objet d'une éventuelle enquête pour apprécier la réalité des faits ».*

* : Mais également des apporteurs de vin en vrac, des prestataires de services et des transporteurs, ainsi que des apporteurs de raisins et vin d'après la reprise.

CASTELNICOLAS2 - CISION 361382563

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Montpellier.

20 Mars 2022
Durée de l'extrait : **00:27:34**
Heure de passage : **12h30**
Disponible jusqu'au :
19 Mai 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220076360

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Sète.

27 Mars 2022
Durée de l'extrait : **00:26:59**
Heure de passage : **12h27**
Disponible jusqu'au :
26 Mai 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220083021

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MENTIONS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Web FRA

SUD OUEST

www.sudouest.fr

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **5857507**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

1 Mars 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **1390**

Visualiser l'article

Agenais : quelques mouvements attendus dans les commerces

Par SudOuest.fr

Au Bistrot Régent, les travaux avancent. © Crédit photo : Thierry Breton

Tour d'horizon des quelques installations en préparation ou évoquées en centre-ville et alentour

Ça va encore bouger dans les commerces agenais. Place des Laitiers par exemple, un primeur est attendu dans le local anciennement occupé par Camaïeu. On y trouvera aussi des produits d'épicerie fine. Cette nouvelle enseigne devrait ouvrir pour la période de mai juin.

Non loin de là, en bordure de halle où le caviste Nicolas est toujours fermé, des travaux ont commencé dans l'ancienne coutellerie. La ville, propriétaire de la cellule, ne va tarder à lancer son appel d'offres en vue d'y accueillir une nouvelle activité, très certainement alimentaire.

Sur le boulevard Carnot, la boutique I Code va changer de mains et de nom, mais va garder sa thématique : on y vendra toujours du prêt-à-porter féminin. On ne sait pas ce que les porteurs de projet positionnés sur l'ancien local de France Loisirs, rue des Héros-de la-Résistance, vont y faire. On sait en revanche que la rue Molinier, où les gérants du restaurant l'Arôme projettent d'ouvrir un espace dédié aux cocktails, va perdre le Quartz. Le restaurant va en fait déménager vers la place du Poids-de la ville, secteur où vient d'ouvrir la sandwicherie Tschüss.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

SUD OUEST
www.sudouest.com

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **956000**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **02 mars 2022 P.16-16**
Journalistes : **Christophe Massenot**
Nombre de mots : **830**

COMMERCE

Arthur B, la droguerie tout en nuances

Peintures, revêtement de sol, droguerie, outillage... Après une longue carrière dans le bâtiment, Sébastien Bossus ouvre son commerce rue des Cornières

Christophe Massenot
c.massenot@sudouest.fr

La rue des Cornières était orpheline depuis quelques années de ce type d'activité. Et comme la nature commerciale a horreur du vide, celui-ci va être comblé par l'initiative de Sébastien Bossus, qui va ouvrir à partir du 7 mars, au numéro 43, les portes d'Arthur B. Une surface de 280 m² où particuliers et professionnels auront accès à de larges gammes de peinture, de revêtement de sol, de droguerie ou encore d'outillage portatif.

Une proposition promise à évolution avec le temps. Mais aujourd'hui, pour cet entrepreneur rompu aux métiers du bâtiment depuis une vingtaine d'années, l'urgence est ailleurs : ne plus perdre de temps. « C'est un projet de deux ans qui correspond à un changement de vie et à la volonté de travailler pour moi après avoir exercé à des postes à responsabilités chez les autres, notamment dans le secteur de la peinture. » Un projet qui a connu de nombreuses péripéties et avaries.

« J'ai signé le bail en décembre 2020. Mon intention était d'ouvrir au mois de septembre dernier, mais j'ai été victime d'un dégât des eaux lors de l'épisode de pluies torrentielles. Au total, j'en ai subi quatre. Il a fallu faire des réparations », rappelle Sébastien Bossus, déterminé à implanter sa nouvelle activité dans le cœur de ville.

Le choix du centre

« J'aurais pu ouvrir en zone plus rapidement sans doute. Mais si

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sébastien Bossus ouvre Arthur B au 43, de la rue des Cornières. THIERRY BRETON

vous regardez le comportement des grandes entreprises, on constate que la tendance est à un retour vers les centres. On a vu aussi que le Covid avait remis la proximité au cœur des préoccupations des consommateurs qui recherchent d'abord le service et le conseil. Exactement ce que je vais proposer à Arthur B. »

La transformation du local est frappante et l'attention portée à la décoration et à l'aménagement contraste avec les canons du genre. Osons-le, l'ensemble avance vers une esthétique soignée dans un cadre franchement agréable où les pots de peinture se taillent la part du lion. Sébastien Bossus est le distributeur exclusif de la marque basque Oropal.

Sa gamme de produits

« Je le répète, comme pour le revêtement de sol et tout le reste, je ne vends pas des pots mais je propose des conseils. 90 % des produits vendus chez moi sont à l'eau. Non seulement parce que le solvanté est appelé à disparaître, mais aussi parce que je pense qu'il est temps de réfléchir au monde que nous laisserons derrière nous, de se dire qu'il faut arrêter de peindre des chambres d'enfants avec des peintures bon marché pleines de polluants. C'est aussi pour ça que je m'oriente vers le bio. Une démarche que j'applique au reste des produits. Dans la salle de formation que je vais ouvrir, je montrerai par exemple qu'on peut se fabriquer des détergents sains. »

Le commerçant, qui vendra de l'outillage Peugeot, entend aussi développer une gamme de produits d'entretien sous la marque Arthur B, nom inspiré par son jeune fils. « Ce magasin, c'est aussi mon bébé », s'amuse le jeune chef d'entreprise qui attend le public du lundi au vendredi et le samedi sur rendez-vous.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6992362600506

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Des mouvements attendus dans les commerces

Tour d'horizon des installations en préparation ou évoquées en centre-ville et alentour

Ça va encore bouger dans les commerces agenais. Place des Laitiers par exemple, un primeur est attendu dans le local anciennement occupé par Camaïeu. On y trouvera aussi des produits d'épicerie fine. Cette nouvelle enseigne devrait ouvrir pour la période de mai-juin.

Non loin de là, en bordure de halle où le caviste Nicolas est toujours fermé, des travaux ont commencé dans l'ancienne coutellerie. La ville, propriétaire de la cellule, ne va pas tarder à lancer son appel d'offres en vue d'y accueillir une nouvelle activité, très certainement alimentaire.

Le Quartz déménage

Sur le boulevard Carnot, la boutique I Code va changer de mains et de nom, mais va garder sa thématique : on y vendra toujours du prêt-à-porter féminin. On ne sait pas ce que les porteurs de projet positionnés sur l'ancien local de France Loisirs, rue des Héros-de la-Résistance, vont y faire. On sait en revanche que la rue Molinier, où les gérants du restaurant l'Arôme projettent d'ouvrir un espace dédié aux cocktails, va perdre le Quartz. Le restaurant va en fait déménager vers la place du Poids-de la ville, secteur où vient d'ouvrir la sandwicherie Tschüss.

Enfin, à la périphérie sud, le Bistro Régent est prévu pour ouvrir à la fin du mois. À suivre…

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6992362600506

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web BEL

NordEclair.be

Famille du média : **Médias étrangers**
Audience : **58899**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

3 Mars 2022
Journalistes : **Marie Degel**
Nombre de mots : **2697**

nordeclair.sudinfo.be

Visualiser l'article

Nouveauté: le Palais des Thés s'installe sur le boulevard Tirou à Charleroi

Eloïse, Céline et Ophélie vous accueillent au Palais des Thés de Charleroi - P.Sch.

Depuis le mardi 02 mars, la nouvelle boutique du Palais des Thés a ouvert ses portes. Céline, la gérante lovervaloise, est là pour vous accueillir mais surtout vous conseiller. Elle propose des thés et infusions pour tous les goûts et les budgets.

Au 93 boulevard Tirou, où se tenait anciennement le caviste Nicolas, le Palais des Thés a ouvert une boutique. Vous pouvez donc y retrouver toutes vos saveurs de thé préférées et Céline sera là pour vous en faire découvrir d'autres encore. Le magasin propose en effet des centaines de variétés différentes mais aussi des tasses et théières.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

P.Sch

CASTELNICOLAS2 - CISION 360891755

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

P.Sch.

La gérante travaille déjà depuis plus d'un an au Palais des Thés. Elle a fait ses armes dans les boutiques de Bruxelles et aussi dans le nouveau magasin du shopping de Nivelles. Ce 03 mars, la Lovervaloise est heureuse de pouvoir dire qu'elle s'installe à Charleroi et d'ailleurs elle compte bien y rester. « Je suis contente de revenir sur Charleroi. En plus on est super bien accueillis ça fait très plaisir. »

Le premier de la région

La trentenaire ne s'attend pas à une ouverture fracassante, mais elle sait que les amateurs carolos des Palais des Thés seront enchantés de trouver une boutique plus proche de chez eux. Car oui, c'est le premier magasin de la chaîne à s'installer dans la région de Charleroi. « Le succès va sûrement être progressif, au fur et à mesure les clients vont apprendre que nous nous sommes installés ici, on a une clientèle fidèle.»

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

P.Sch

Pour ceux qui eux, ne connaissent pas le Palais des Thés, Céline précise qu'il y en a pour tous les goûts. Spécialisé dans les thés natures, le magasin propose aussi une gamme d'infusions. Des thés verts, noirs et aromatisés ou non, chacun pourra y trouver son bonheur. Il y a également du choix pour tous les budgets, les prix peuvent aller de 5€ à 70€ pour les 100g. « Le thé c'est comme le vin, il y en a pour tout le monde. » Pas de panique, la gérante et ses collègues seront là pour vous guider. Il sera même possible de goûter un échantillon différent chaque jour. « Conseiller et accompagner les clients pour trouver ce qui va leur plaire fait vraiment partie des valeurs de l'entreprise. »

La boutique est ouverte du mardi au samedi de 10h à 18h.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

P.Sch.

CASTELNICOLAS2 - CISION 360891755

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web BEL

lanouvellegazette.sudinfo.be

Famille du média : **Médias étrangers**
Audience : **163615**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

3 Mars 2022
Journalistes : **Marie Degel**
Nombre de mots : **2556**

Visualiser l'article

Nouveauté: le Palais des Thés s'installe sur le boulevard Tirou à Charleroi

Eloïse, Céline et Ophélie vous accueillent au Palais des Thés de Charleroi - P.Sch.

Depuis le mardi 02 mars, la nouvelle boutique du Palais des Thés a ouvert ses portes. Céline, la gérante lovervaloise, est là pour vous accueillir mais surtout vous conseiller. Elle propose des thés et infusions pour tous les goûts et les budgets.

Au 93 boulevard Tirou, où se tenait anciennement le caviste Nicolas, le Palais des Thés a ouvert une boutique. Vous pouvez donc y retrouver toutes vos saveurs de thé préférées et Céline sera là pour vous en faire découvrir d'autres encore. Le magasin propose en effet des centaines de variétés différentes mais aussi des tasses et théières.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

P.Sch

CASTELNICOLAS2 - CISION 360892629
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

P.Sch.

La gérante travaille déjà depuis plus d'un an au Palais des Thés. Elle a fait ses armes dans les boutiques de Bruxelles et aussi dans le nouveau magasin du shopping de Nivelles. Ce 03 mars, la Lovervaloise est heureuse de pouvoir dire qu'elle s'installe à Charleroi et d'ailleurs elle compte bien y rester. « Je suis contente de revenir sur Charleroi. En plus on est super bien accueillis ça fait très plaisir. »

Le premier de la région

La trentenaire ne s'attend pas à une ouverture fracassante, mais elle sait que les amateurs carolos des Palais des Thés seront enchantés de trouver une boutique plus proche de chez eux. Car oui, c'est le premier magasin de la chaîne à s'installer dans la région de Charleroi. « Le succès va sûrement être progressif, au fur et à mesure les clients vont apprendre que nous nous sommes installés ici, on a une clientèle fidèle.»

CASTELNICOLAS2 - CISION 360892629
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

P.Sch

Pour ceux qui eux, ne connaissent pas le Palais des Thés, Céline précise qu'il y en a pour tous les goûts. Spécialisé dans les thés natures, le magasin propose aussi une gamme d'infusions. Des thés verts, noirs et aromatisés ou non, chacun pourra y trouver son bonheur. Il y a également du choix pour tous les budgets, les prix peuvent aller de 5€ à 70€ pour les 100g. « Le thé c'est comme le vin, il y en a pour tout le monde. » Pas de panique, la gérante et ses collègues seront là pour vous guider. Il sera même possible de goûter un échantillon différent chaque jour. « Conseiller et accompagner les clients pour trouver ce qui va leur plaire fait vraiment partie des valeurs de l'entreprise. »

La boutique est ouverte du mardi au samedi de 10h à 18h.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

P.Sch.

CASTELNICOLAS2 - CISION 360892629
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Du 18 au 24 mars 2022**
P.15
Journalistes : **N.C.**
Nombre de mots : **62**

Thomas Ruau intègre l'équipe commerciale du champagne Jeeper

FRANCE

Thomas Ruau vient de rejoindre l'équipe commerciale du champagne Jeeper qui compte une quinzaine de collaborateurs et distribue les marques Jeeper et Nicolas Dubois. Avec son expérience au sein de la chaîne de cavistes Nicolas et en duty free, il aura désormais la responsabilité des départements ouest français pour la marque Jeeper. ■ ***N.C.***

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

REVUE DE PRESSE NICOLAS

AVRIL

Omnicom Public Relations Group

CORPORATE

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Web FRA

médiaCom'

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **52**
Sujet du média : **Communication - Médias - Internet**

1 Avril 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **1007**

lemediacom.com

Visualiser l'article

L'année de ses 200 ans Nicolas est élu Marque Préférée des Français

Nicolas, qui fête en 2022 ses 200 ans, est élu Marque Préférée des Français dans la catégorie Cavistes. Avec 574caves 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 coeur des Français : elle a gravi sans peine la 1 ère place du podium, aprèsune 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.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CAVISTES E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Mars 2022 P.44**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **150**

TÉMOIGNAGES DE CAVISTES

ENSEIGNES

| Nicolas (505 magasins) 46
| V&B (247 magasins) 47
| Cavavin (171 magasins) 48
| Inter Caves (80 magasins) 49
| Nysa (62 magasins) 50
| Comptoir des Vignes (53 magasins) 51
| Le Repaire de Bacchus (42 magasins) 52
| Les Domaines Qui Montent (31 magasins) 53
| Sommellerie de France (27 magasins) 54
| La Vignery (23 magasins) 55
| La Route des Vins (19 magasins) 56
| Les Celliers de Grand Lieu (16 magasins) 57
| Cash Vin (13 magasins) 58
| Caves Bérigny (5 magasins) 59
| Simplement Vin (4 magasins) 60

CAVISTES INDÉPENDANTS (moins de 4 magasins)

| La Part des Anges (06) 61
| L'Apéricave (31) 62
| Aux Grands Vins de France (34) 63
| Le Cellier Rennais (35) 64
| Caves Raffault (36) 65
| Le Gabbro (59) 66
| Vins sur 20 (82) 67

SITES D'E-COMMERCE

| Millesimes.com 68
| Ventealapropriete.com 69
| Vinatis 70
| Vin-malin.fr 71
| Wineandco 72

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CAVISTES E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Mars 2022 P.46**
Journalistes : **Hakim Bendaoud**
Nombre de mots : **440**

NICOLAS

(505 magasins, dont 4 en franchise)

L'an dernier, le réseau n'a ouvert que 2 magasins en France métropolitaine. L'heure est à la consolidation et au développement à l'international où Nicolas a procédé à 7 ouvertures en 2021, toutes sous le régime de la franchise : 1 en Roumanie, 2 en Espagne, 1 en Corée du Sud, 1 en Angleterre et 2 à La Réunion, contre 2 fermetures en Belgique.

propos recueillis par Hakim Bendaoud

Christopher Hermelin, responsable marketing et communication

« Globalement, 2021 a été une bonne année même si, sur le mois de décembre, le CA est en baisse de 4% par rapport à l'an dernier. 2020 était une année particulière. Si l'on compare nos ventes à 2019, et donc avant que la crise sanitaire n'éclate, nous sommes à + 15% en valeur malgré de grosses pénuries sur certaines catégories comme les champagnes, avec des ruptures en plein cours de mois. Aujourd'hui, le prix moyen d'achat d'une bouteille de vin oscille entre 10 et 12 € et nos clients repartent rarement avec une seule bouteille... »

LES VINS

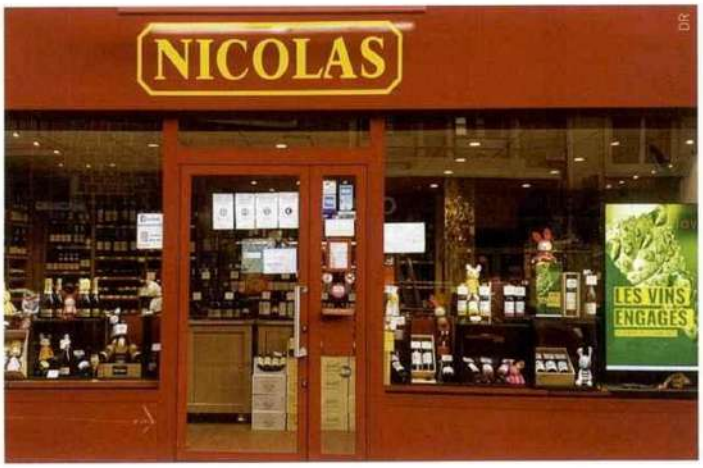
C.H. : D'une manière générale, les ventes de vins tranquilles continuent à s'éroder, tant en volume (- 3%) qu'en valeur (- 3%). Cette tendance n'est pas nouvelle et se vérifie aussi durant les fêtes même si sur le mois de décembre, notre CA progresse de 2%. Les rosés et les « petits vins » reculent au profit des vins engagés (Terra Vitis, certifiés bio, HVE, etc.). Il y a encore 3 ans, nous n'en proposions qu'une dizaine de références, contre une soixantaine aujourd'hui.

LES CHAMPAGNES & AUTRES BULLES

C.H. : En décembre, le CA des champagnes a bondi de 17% (+ 25% en 2021), alors que les autres bulles sont à + 15%. La demande a été particulièrement forte sur les champagnes à 40 € et plus, malgré de nombreuses ruptures de stocks du côté des grandes marques.

LES SPIRITUEUX

C.H. : En décembre, en dehors du calvados, toutes les catégories ont progressé (+ 7% en valeur). La tequila, les spiritueux blancs et les whiskies ont été particulièrement dynamiques avec, comme pour les champagnes, une hausse du ticket moyen qui avait démarré avant la crise sanitaire mais qui, depuis, va en s'accélérant.



QUELLES TENDANCES POUR 2022 ?

C.H. : La montée en gamme devrait se poursuivre et profiter par la même occasion aux commerces de proximité dont font partie des réseaux comme le nôtre. Les vins bio et les labels environnementaux devraient eux aussi continuer à progresser. Mais cela ne suffira sans doute pas à stopper l'érosion des ventes de vins tranquilles. ■

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

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

PRODUITS

Web FRA

RayonBoissons

www.rayon-boissons.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **39475**
Sujet du média : **Economie - Services**

14 Avril 2022
Journalistes : **U.B**
Nombre de mots : **1142**

Visualiser l'article

Le plein de nouveautés pour Jägermeister cette année

La plus célèbre des liqueurs aux plantes, qui écoule près de 1,5 million de litre en grande distribution sur une année, révèle une riche actualité cette année. La première concerne la nouveauté **manifest** , une expression premium titrant 38°. Pour sa premium année de commercialisation en France, cette expression de **Jägermeister** sera proposée en exclusivité chez **Nicolas** dans un format 50 cl vendu entre 28 et 30 €. Quelques établissements haut de gamme, bars à cocktails et bars restaurants la détiendront également.

Pour les GMS, un nouveau coffret contenant une bouteille de 1,75 l, 4 éco-cups de 20 cl et une pompe pour le service est disponible au prix de 39,90 €. Sur les deux derniers mois de l'année, une édition limitée sera proposée avec une contre-étiquette en bleu-blanc rouge. Enfin, la cuvée **scharf** dévoile une nouvelle étiquette. Emblème de la signature distribuée par Major, le cerf prend davantage de place tandis que la déclinaison est désignée différemment. Il n'est plus question de "hot ginger" mais de "spiced ginger".

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

CASTELNICOLAS2 - CISION 362257585

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MAGASIN

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

MEAUX LE JOURNAL

Famille du média : **Médias institutionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **Avril - juin 2022 P.24-25**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **622**

#COMMERCES

DU CHANGEMENT PRÈS DE CHEZ VOUS

ARTISANS, COMMERÇANTS ET PRESTATAIRES ANIMENT NOTRE VILLE. DÉCOUVREZ LES DERNIERS ARRIVANTS, LES CHANGEMENTS D'ADRESSE MAIS AUSSI LES NOUVEAUTÉS PROPOSÉES PAR VOS COMMERÇANTS MELDOIS. PROFITEZ VITE DE LEURS PRODUITS, DE LEURS SERVICES ET DE LEUR SAVOIR-FAIRE !

NICOLAS
30, rue Grand Cerf - 01 64 34 03 70

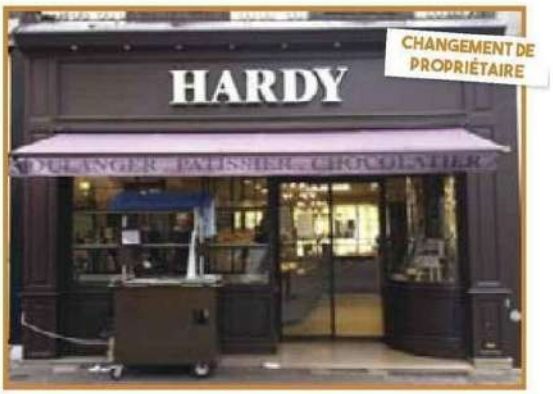
Votre boutique rouvre ses portes après travaux vers le 15 avril. Achat de vins, champagnes et spiritueux depuis 1822. Horaires d'ouvertures du mardi au samedi de 10h à 19h.
Nicolas (Nicolas Meaux)

LE VESTIAIRE DES COPINES
45, rue du Général Leclerc

Votre concept store a déménagé. Retrouvez votre boutique made in France dans la rue n°1. Du mardi au samedi de 10h à 19h. Mail : contact@levestiaire descopines.com
@levestiairedescopinesParis

HARDY TRADITION
3, rue du Général Leclerc - 01 64 34 83 84

Le saviez-vous ? la Maison HARDY a changé de propriétaire. Monsieur PEUVRIER et toute l'équipe vous proposent des formules déjeuners, des pâtisseries, sans oublier les baguettes et pains de toutes sortes ! Ouvert du mardi au samedi de 8h à 19h et le dimanche de 8h à 13h



LE JEANNE D'ARC
14-16, rue du Marché - 01 64 34 02 76

Votre Café LE JEANNE D'ARC vous accueille dans un espace cocooning. Prenez le temps de déguster votre thé, votre café ou chocolat ! Ouvert : du lundi au jeudi de 7h à 20h, le vendredi de 7h à 22h et le samedi de 5h à 20h.
Mail : cafejeannedarc@bbox.fr
CAFE Jeanne D ARC

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

DEUX ÉTABLISSEMENTS MELDOIS RÉCOMPENSÉS

« Les Bistro'Zof » reçoit le label Maîtres restaurateurs (seulement 7 en Seine-et-Marne !), garantissant qu'il ne travaille qu'avec des produits frais et que ses gérants ont été formés aux métiers de la restauration.

Une nouvelle fois, **« La Brasserie de Meaux »** a décroché une médaille récompensant sa bière brune au concours général agricole 2022 qui avait lieu lors du Salon de l'Agriculture à Paris !

FROMAGERIE DU BRIE ET D'AILLEURS

3, rue du Commandant Berge – 09 52 79 86 94

Votre fromagerie a déménagé. « À l'étage », le restaurant vous propose des spécialités fromages, charcuterie sur planche et dégustation de vins tous les midis du mardi au samedi. Vendredi et samedi soir uniquement sur réservation. Du mardi au samedi de 9h à 13h30 et de 15h à 19h30 et le dimanche de 9h à 12h30

Mail : dubrie.ailleurs@free.fr

@fromageriedubrieetdailleursmeaux

LADY MEN

3, rue de Longperrier – 06 10 24 96 77

Femmes, Hommes ou adolescents, il y du choix pour toute la famille et pour toutes les tailles, du XS au 4XL. Style classique, chic, fashion... de quoi vous faire plaisir ! Ouvert du mardi au samedi de 10h à 19h non-stop.

Mail : ladymenforce@gmail.com

O CARRE IMMOBILIER

18, rue du Commandant Berge - 01 60 24 40 12

Votre nouvelle agence immobilière vient d'ouvrir ! Chez O carré immobilier, nous vous proposons tous les services liés à l'immobilier afin que votre projet de vie devienne un moment de réussite en toute sérénité. Notre objectif est de mieux vous connaître pour mieux vous accompagner. Ouvert du lundi au samedi de 10h à 19h.

Mail : aline@ocarre-immo.com

Site : www.ocarre-immo.com

SENIOR ET COMPAGNIE

115, rue du Faubourg Saint Nicolas - 01 60 01 36 91

L'équipe de Senior Compagnie Meaux est heureuse de vous accueillir dans ses nouveaux locaux pour vous proposer ses services infirmiers à domicile personnalisés.

Mail : isabelle.fleouter@senior-compagnie.fr

@Senior-Compagnie-Meaux

O DISTRIBS

41B Cours Pinteville

O'distribs est un magasin en self-service ! Précurseur dans le domaine de l'alimentaire en libre-service, O'distribs vous accueille 7j/7 et 24h/24 et vous propose des produits frais à cuisiner, mais également un distributeur de pizzas faites maison.

Mail : odistribs@gmail.com

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5739482600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

SECTEUR DU VIN ET DES CAVISTES

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Brive-la-Gaillarde.

3 Avril 2022
Durée de l'extrait : **00:25:49**
Heure de passage : **12h30**
Disponible jusqu'au :
2 Juin 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220089860

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas de Montpellier.

10 Avril 2022
Durée de l'extrait : **00:27:07**
Heure de passage : **12h32**
Disponible jusqu'au :
9 Juin 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220096660

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas.

9 Avril 2022
Durée de l'extrait : **00:01:13**
Heure de passage : **13h29**
Disponible jusqu'au :
8 Juin 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220097206

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Marseille.

17 Avril 2022
Durée de l'extrait : **00:27:29**
Heure de passage : **12h30**
Disponible jusqu'au :
16 Juin 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220103255

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

DÉCISION boissons
L'hebdomadaire des décideurs du monde des liquides

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Agroalimentaire-Agriculture
Economie-Services

Edition : **22 avril 2022 P.5**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **95**

Jägermeister lance une nouvelle expression, Manifest

Manifest est la nouvelle référence de Jägermeister, la marque allemande à la tête de cerf. Elle tire son originalité d'une sélection supplémentaire de plantes d'exception, d'une cinquième macération et d'un vieillissement de 15 mois en petits fûts de chêne. La référence bénéficiera cette année d'un lancement en avant-première dans le réseau de cavistes Nicolas et sera aussi distribuée de manière sélective dans les établissements haut de gamme, bars à cocktails et bars restaurants. 50 cl 38 % vol. Prix marketing conseillé : 28-30 €.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas de Pau.

24 Avril 2022
Durée de l'extrait : **00:12:36**
Heure de passage : **12h42**
Disponible jusqu'au :
23 Juin 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220109299

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Académie des vins anciens

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **841**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

25 Avril 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **12207**

www.academiedesvinsanciens.org

Visualiser l'article

263ème dîner de wine-dinners au restaurant Plénitude dédié à la Romanée Conti

Le **263ème dîner de wine-dinners** est tout-à-fait particulier. Alors que dans mes dîners il n'y a normalement pas de thème sur un vin, sur une année ou sur une région, j'ai voulu faire en 2009 un dîner où se trouveraient uniquement des Romanée Conti dont le millésime se termine en 9. Et j'avais donné un titre qui joue sur la double signification du mot « neuf » qui est soit un nombre, soit signifie 'nouveau'. Le dîner s'appelait : « quoi de neuf à la Romanée Conti ? ».

A l'époque, les participants à mes dîners n'envisageaient pas des dîners d'un tel niveau. Je recevais énormément de demandes qui n'étaient que de pure curiosité, beaucoup d'amateurs voulant savoir combien coûte un dîner avec des vins aussi prestigieux. J'ai donc mis ce dîner en attente. L'idée de le faire en 2019 apparaissait évidente et j'ai eu des réponses positives. Entretemps, j'avais fait la connaissance d'Arnaud Donckele chef trois étoiles à la Vague d'or, le restaurant rebaptisé Cheval Blanc Saint-Tropez et une amitié est née, me donnant l'envie que le dîner 'Romanée Conti' se fasse dans le restaurant Cheval Blanc Paris, dont on attendait l'ouverture.

Alors que des amateurs commençaient à se manifester, les travaux à la Samaritaine accumulaient les retards, et par une malchance certaine, la pandémie Covid est arrivée, interdisant tout déjeuner ou dîner au restaurant. Au retour des vacances d'été 2021, j'ai décidé que quoi qu'il arrive, le repas aurait lieu. J'avais ajouté deux bourgognes de 1919 pour tenir compagnie à la Romanée Conti 1919 et j'ai inclus la Romanée Conti 2009. L'intérêt de certains amateurs qui suivent mes publications sur Instagram a facilité de nouvelles inscriptions. J'ai pu constituer une table de dix personnes et une date a été trouvée.

Un mois à l'avance une réunion de travail a été faite avec **Arnaud Donckele**, qui venait de recevoir trois étoiles au Cheval Blanc Paris en plus des trois étoiles à Cheval Blanc Saint-Tropez, avec **Bertrand Noeureuil** le chef qui dirige la cuisine de Plénitude, **Alexandre Larvoir** le directeur du restaurant et **Emmanuel Cadieu** le sommelier chef de tous les restaurants installés à la Samaritaine. Travailler avec Arnaud est un bonheur extrême, tant il est inventif. Deux plats proposés méritaient que je vérifie leur pertinence pour les vins auxquels ils sont associés, j'étais donc venu il y a deux jours pour les goûter.

Le jour dit, je me présente au **restaurant Plénitude de l'hôtel Cheval Blanc Paris** pour ouvrir les vins que j'avais apportés deux jours auparavant. Ayant annoncé les vins du dîner sur Instagram il y a quelques jours, il y a toujours des gens qui s'imaginent suffisamment compétents pour contester telle ou telle étiquette, car le problème des faux est une plaie dans le monde du vin depuis la célébrité qu'avait acquise un faussaire de génie qui fabriquait des faux presque indécelables.

J'ai donc prévu des bouteilles de secours pour le cas où à l'ouverture les parfums des vins me donneraient des doutes. Et bien évidemment, quand on devient attentif à la possibilité d'un problème, on commence à douter. J'hésite pour deux vins, la Romanée Conti 1899 et le Grand Chambertin Domaine Rousseau 1919, mais à la dégustation il s'avérera que les vins ne posent aucun problème.

Les bouchons résistent assez souvent, celui qui s'émiettera le plus est celui du Sherry du Cap 1862. Les plus beaux parfums sont ceux du vin que j'ai rajouté, le Richebourg Domaine de la Romanée Conti 1935 qui est d'une typicité parfaite et celui de la Romanée Conti 1959. Le 1899 est d'une mise Nicolas qui bénéficiait du droit de mettre en bouteilles les vins du domaine. Le nez est un peu fermé mais s'épanouira. Le Montrachet et l'Yquem ont des parfums superbes. Les plus jeunes Romanée Conti sont conformes à ce qu'on peut attendre, avec des bouchons extrêmement serrés. Je suis plutôt confiant de la solidité des vins que nous boirons et rassuré sur leur authenticité.

Comme pour deux repas précédents, pour que l'on ne commence pas par des champagnes anciens, j'ai ajouté un **Champagne Salon 1999**. Il est absolument charmant, large et vibrant. Il me plait beaucoup plus qu'un Salon 2004 récent. Il est parfait à goûter pendant la présentation du repas que je fais aux dix convives, tous masculins. Un seul convive a participé aux deux

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

premiers repas que j'ai fait ici avant celui-ci. Deux convives ont été présents au repas « Ultimate » du mois de mars. Six convives ont déjà participé à mes dîners et trois sont nouveaux, dont un de Tahiti et deux de Los Angeles.

Le menu conçu par le chef Arnaud Donckele est : partition maraîchère pour Vierge Peridium / poule faisane, potager, foie gras pour Velouté plume sauvage / volaille de la cour d'Armoise pour jus Belle Ile / fine feuille de boeuf d'Aubrac pour jus Comtadin / truite, asperge noix, pour bouillon Crisenon / composition satinée / financier à la rose.

Les amuse-bouches sont des merveilles dont un escargot époustouflant et des huîtres magiques. Ce sont les mêmes que lors du précédent dîner, mais ils méritaient d'être à nouveau présents.

Le **Champagne Dom Pérignon 1959** me semble un peu plus évolué qu'il ne devrait mais les plats lui rendent son énergie. C'est un très noble Dom Pérignon riche et complexe.

Le **Champagne Krug Clos du Mesnil 1979** est le premier millésime de ce champagne et c'est aussi le plus grand. Celui-ci est superbe. C'est à mon sens l'un des plus raffinés de tous les champagnes, complexe et gastronomique.

La succession des entrées était plus abondante que ce que certains avaient calculé, aussi, devant des verres déjà vides, un ami a commandé un **Champagne Krug Grande Cuvée édition 169** car son numéro se termine aussi par 9, pour accompagner la fin des entrées. Merci de cette initiative. Le champagne, même jeune a une belle largeur qui le rend très agréable et pertinent.

La **Romanée Conti Domaine de la Romanée Conti 1899** est assez douce, calme et cohérente, déployant discrètement ses complexités. Elle est raffinée. Elle est manifestement authentique et sera incluse dans les votes, donc dans les cinq premiers vins, par neuf convives sur dix ce qui est rare et ne sera atteint que pour le vin qui lui est associé, la **Romanée Conti domaine de la Romanée Conti 1959**. Cette Romanée Conti a toutes les belles caractéristiques des Romanée Conti, la rose et le sel en un raffinement exceptionnel. C'est d'ailleurs ce vin qui sera nommé premier de tous les vins du repas.

La bouteille que j'ai ajoutée, le **Richebourg Domaine de la Romanée Conti 1935** est associée aux deux premiers vins pour accompagner le plat délicieux tout en douceur végétale avec des amertumes subtiles. Ce vin dégage une émotion particulière et j'ai pour lui les yeux de Chimène. Il sera voté deuxième du vote du groupe et de mon vote. Il fait vibrer mon coeur.

Sur le plat de poule faisane et de foie gras, nous avons une conjonction tout à fait exceptionnelle de trois vins de 1919. La **Romanée Conti Domaine de la Romanée Conti 1919** me donne une émotion très particulière, au point que je la mettrai première de mon vote. Il y a en elle une énergie de vin préphylloxérique que j'adore.

La **Romanée Marey & Comte Liger-Belair 1919** est plaisante, mais ne dégage pas autant d'intensité que sa voisine de la Romanée Conti. Elle est assez intéressante par sa cohérence typée.

Le **Grand Chambertin Domaine Rousseau 1919** est jugé authentique par les participants mais est plus discret que les autres vins du repas. C'est malgré tout un moment de grande émotion que de boire ce vin.

Nous avions deux plats pour ces trois vins de 1919 aussi, certains ayant mal calculé leur rythme de boisson, un autre ami a l'idée de commander un **Richebourg Domaine de la Romanée Conti 1998** qui a permis d'étancher quelques soifs. Même si ce Richebourg est jeune, il a une joie de vivre qui le rend plaisant sur le plat de volaille.

Pour le boeuf traité de divine façon il y a trois jeunes Romanée Conti. La **Romanée Conti Domaine de la Romanée Conti 1989** est agréable et enchanterait n'importe quel repas, mais nettement surpassée par la **Romanée Conti Domaine de la**

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Romanée Conti 1999 qui est dix fois supérieure à la 1999 que j'avais incluse dans le déjeuner Ultimate. Ce 1999 est superbe de générosité conquérante. Il emporte mon enthousiasme car il corrige la prestation de la 1999 récente.

La **Romanée Conti Domaine de la Romanée Conti 2009** est d'une énergie fougueuse mais on voit bien que dans ce repas, elle fait beaucoup trop jeune. Riche d'une belle énergie elle devra attendre avant de concurrencer les Romanée Conti d'âges canoniques.

Lorsque nous avions travaillé avec Arnaud au menu, j'ai annoncé que le Montrachet qui devait normalement suivre les champagnes serait plutôt placé après tous les rouges. Car ce vin si puissant aurait fait de l'ombre aux rouges. Et Arnaud m'avait dit : « finir un repas avec de la truite est particulièrement hors norme. Je te laisserai le soin d'expliquer cela à tes amis ».

Nous l'avons fait et le **Montrachet Domaine de la Romanée Conti 1999** accompagné de la truite et des asperges a trouvé une place idéale. Ce Montrachet puissant mais sans excès, au goût riche et plein est un magnifique vin blanc et l'accord, l'un des plus osés, est un de mes favoris de ce repas.

Le **Château d'Yquem 1929** a été rebouché au château en 1989. Il est très sombre mais délicieusement liquoreux avec un charme idéal. C'est un Yquem accompli et abouti.

Le **Vin de Chypre 1869** est suave et bien gras tout en ayant des acidités contrôlées. Il est d'un charme raffiné.

Nous votons. Les votes sont assez concentrés puisque sur les 17 vins, sept n'auront aucun vote ce qui ne veut pas dire qu'ils n'ont pas de qualité mais montre plutôt que certains vins sont au-dessus du lot.

Cinq vins ont été nommés premiers, la Romanée Conti 1959 a quatre votes de premier, le Richebourg 1935 a trois votes de premier, et les Romanée Conti 1899, 1919 et 1999 ont chacune un vote de premier.

Le vote global de toute la table est : **1 Romanée Conti 1959, 2 Richebourg 1935, 3 Romanée Conti 1899, 4 Romanée Conti 1919, 5 Romanée Conti 1999, 6 Romanée Domaine Comte Liger-Belair 1919**.

Mon vote est : **1 Romanée Conti 1919, 2 Richebourg 1935, 3 Romanée Conti 1959, 4 Romanée Conti Domaine 1899, 5 Château d'Yquem 1929**.

Il y a manifestement pour notre groupe une prime à l'ancienneté des Romanée Conti et c'est normal. Les votes s'appliquent aux vins que nous avons bus. Si un autre dîner se faisait avec les mêmes millésimes, le résultat ne serait pas le même car les bouteilles ne seraient pas les mêmes et ce n'est pas nécessairement le 1959 qui serait le plus brillant. Ces votes sont le constat d'un instant et n'ont pas valeur de vérité intangible. Et c'est en ce sens que ce témoignage est extrêmement précieux.

Nous étions tous impressionnés de nous trouver devant autant de vins légendaires et les amis qui avaient assisté au repas Ultimate ont constaté comme moi que l'émotion créée par cette profusion de Romanée Conti mythiques était plus grande que celle des vins légendaires de plusieurs régions du précédent repas.

Le service a été exemplaire et la cuisine d'Arnaud Donckele est transcendantale. On se demande comment tel plat va s'accorder avec les vins et le miracle se produit avec une gestion des acidités et de la fluidité des sauces qui est exceptionnelle.

CASTELNICOLAS2 - CISION 362587179

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Nous avons bavardé dans le fumoir. Personne n'a fumé mais nous formions un groupe émerveillé par l'intensité de l'émotion de se trouver face à des vins introuvables ou inaccessibles porteurs d'une intensité exceptionnelle de plaisirs gastronomiques. Nous avons vécu un moment inoubliable et probablement unique.

CASTELNICOLAS2 - CISION 362587179

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MENTIONS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **2084000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **13 avril 2022 P.12**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **447**

« Les vins anciens demandent une grande humilité »

Le Croisic — Spécialisé dans les vieux millésimes, il a développé une technique particulière d'ouverture des vieux flacons censée optimiser leur dégustation. Il animera une conférence vendredi.

Entretien

François Audouze, collectionneur de vins, animera une conférence sur le Monde des vins anciens.

Quel est votre parcours professionnel ?

J'ai un parcours d'industriel et le vin n'était qu'un plaisir, sorte de pause dans une activité trépidante. C'est quand ma cave a atteint une importance considérable que j'ai créé une structure organisant des repas gastronomiques fondés sur des vins anciens très rares.

Depuis quand vous intéressez-vous au vin et de quelle manière ?

C'est en achetant une maison en 1970 qui avait une cave que j'ai voulu constituer une cave pour boire, ce qui m'a conduit à essayer de trouver les vins qui me plaisent.

Il y avait un caviste Nicolas, à proximité. C'est en profitant de la diversité des vins de cette boutique que j'ai pu orienter mes recherches. Et devenant un client fidèle, j'ai eu le plaisir de bénéficier du catalogue annuel de Noël de la Maison Nicolas, regorgeant de vins anciens.

Quels seront les thèmes abordés lors de votre conférence ?

C'est surtout pour témoigner de l'intérêt des vins anciens qui sont ignorés ou redoutés par beaucoup d'amateurs qui en ont peur. Or, les vins anciens sont l'aboutissement du travail des vignerons, bonifié par le temps.

Faut-il bien s'y connaître ou s'adresse-t-elle aussi à des novices en termes d'œnologie ?

Je m'adresserai à tout le monde, initié ou non initié, car le vin doit être un sujet de plaisir et non pas de connaissance académique. Je dis toujours dans les dîners que je fais : « Si vous croyez connaître le vin, oubliez tout ce que vous connaissez et si vous croyez ne rien connaître au vin, oubliez que vous ne connaissez rien », car les vins anciens que je fais apprécier demandent que l'on ait une grande humilité.

Allez-vous apporter de précieux conseils, si oui lesquels ?

J'aborderai le sujet des achats et des constitutions de caves, mais je ne prétends pas avoir des réponses universelles. Je répondrai aux questions.

Le collectionneur de vins François Audouze. | Photo : Ouest-France

Connaissez-vous Le Croisic ?

J'ai passé toutes mes vacances de jeunesse à Pornichet et nous venions pêcher la crevette dans des coins secrets près de Piriac, où il était encore possible de trouver des bouquets dans des mares de bord de mer. Et des villes comme Guérande et Le Croisic étaient fascinantes par leur histoire et leur architecture.

Vendredi 15 avril, 18 h 30, salle Jeanne-d'Arc, 2, quai du Lénigo, au Croisic. Entrée libre.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6655882600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Rayon Boissons

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Mensuelle**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Agroalimentaire-Agriculture
Economie-Services

Edition : **Avril 2022 P.45**
Journalistes : **CAMILLE BOURIGAULT**
Nombre de mots : **603**

BIÈRES

PETITE COURONNE INTRONISÉE EN GMS

La brasserie créée en 2018 à Colombes (92) a pris un véritable tournant depuis la crise sanitaire. Désormais basée dans de plus grands locaux à Gennevilliers (92), elle affiche de belles ambitions notamment grâce à ses entrées en grande distribution.

Entouré de son équipe de six employés dont trois brasseurs, Benjamin Gauffre (à gauche), co-fondateur de la brasserie Petite Couronne, compte bien développer son activité. Il pourrait d'ailleurs annoncer prochainement l'arrivée d'un nouveau partenaire au sein de son capital.

Un boulevard. Si l'est de Paris fourmille de brasseries – à l'image de La Parisienne, Gallia, Parisis, Demory ou encore Deck & Donohue – l'ouest de la capitale offre un beau terrain de conquête à Petite Couronne depuis sa création en 2018. « *La place est libre et il y a beaucoup de potentiel,* indique Benjamin Gauffre, cofondateur de l'établissement. *C'est pourquoi nous avons pour objectif d'être la plus grosse brasserie des Hauts-de-Seine et de produire 500 000 litres par an à horizon 2025.* » Pour l'heure, le nouveau site de Gennevilliers (92), inauguré en janvier 2021, devrait déjà permettre de fabriquer 200 000 litres cette année. Et, d'ici quelques mois, les locaux voisins viendront doubler la surface actuelle de 400 m². Car Petite Couronne a besoin d'espace. En effet, la jeune société a de fortes ambitions, notamment sur le circuit de la grande distribution qu'elle a réellement découvert avec la crise sanitaire.

Avant l'épidémie, Petite Couronne écoulait en effet 80 % de ses stocks sur les circuits traditionnels ainsi que lors d'événements culturels et sportifs tels que les matches du Rugby Club de Suresnes, dont elle est partenaire. Mais depuis le confinement, tout s'est inversé. L'entreprise de six salariés, dont deux commerciaux, s'est employée à entrer dans les rayons de la grande distribution avec succès.

PETITE COURONNE VISE UNE PRODUCTION ANNUELLE DE 500 000 LITRES D'ICI 2025

DE NOMBREUX PARTENAIRES SÉDUITS

Aujourd'hui, la gamme classique de Petite Couronne, composée de cinq références (une blonde, une blanche, une ambrée, une IPA et une lager), est référencée dans plusieurs magasins Auchan, Leclerc, Intermarché et Cora ainsi qu'en proximité chez Carrefour. Elle peut aussi compter sur le réseau de cavistes Nicolas et la chaîne de cash and carry Metro pour accentuer sa présence sur le territoire. Sa gamme bio comprenant trois références (lager, pale ale, IPA) est par ailleurs disponible chez Biocoop. Enfin, ses brassins éphémères, renouvelés chaque saison, sont accessibles à toutes les enseignes. De quoi apporter une belle notoriété à cette société et, surtout, 80 % de son business désormais.

Porté par cette soif de réussite, Benjamin Gauffre n'en oublie pas pour autant les valeurs qui l'ont poussé à quitter le poste de conseiller en ingénierie à la Défense qu'il occupait depuis plus de 10 ans pour se rapprocher du monde de la bière. Le chef d'entreprise, qui a commencé à brasser chez lui en tant qu'amateur, tient en effet à donner un ADN local à ses produits. Avec des houblons bio cultivés par la ferme des Clos dans les Yvelines par exemple, ou encore avec des malts provenant de la malterie Soufflet de Nogent-sur-Seine (10), à une centaine de kilomètres de Gennevilliers.

L'écologie est également au cœur des préoccupations du fabricant avec une politique zéro déchet, conduisant Petite Couronne à recycler ses drêches pour faire du compost dans un parc de la région ainsi qu'à optimiser son circuit pour consommer moins d'eau. Autant d'arguments qui permettent à la jeune brasserie de se faire remarquer par les enseignes et de voir sa stratégie... couronnée de succès !

CAMILLE BOURIGAULT

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LA GAZETTE DROUOT

www.gazette-drouot.com

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **192130**
Sujet du média : **Culture/Arts, littérature et culture générale**

14 Avril 2022
Journalistes : **Anne Doridou-Heim**
Nombre de mots : **1125**

Visualiser l'article

Les artistes de Nicolas

Le thème de la vente de Millon du jeudi 7 avril au 5, avenue d'Eylau était original : il mettait en avant les artistes ayant travaillé pour la promotion des vins **Nicolas**. On retrouvait ainsi les noms de Chapelain-Midy, Daragnes, Guerrier, Rohner, Humblot... Toute une époque ! L'illustrateur Jean Hugo (1894-1984), pour sa...

Le thème de la vente de Millon du jeudi 7 avril au 5, avenue d'Eylau était original : il mettait en avant les artistes ayant travaillé pour la promotion des vins **Nicolas**. On retrouvait ainsi les noms de Chapelain-Midy, Daragnes, Guerrier, Rohner, Humblot... Toute une époque ! L'illustrateur Jean Hugo (1894-1984), pour sa part, a collaboré au catalogue de la maison édité par Draeger en 1933. Cette gouache ovale, La Taille et le labour des vignes (19,5 x 13 cm), y est justement reproduite en page 13. Elle était cueillie à 4 160 € .

Tableaux modernes

jeudi 07 avril 2022 - 14:00 (CEST) - Live

Vente live à huis clos - 75000 Paris

Millon

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **175000**

Sujet du média : **Culture/Arts littérature et culture générale**

Edition : **15 avril 2022 P.68-81**

Journalistes : **ANNE DORIDOU-HEIM**

Nombre de mots : **5286**

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6148982600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

SÉLECTION ADJUGÉ
DU 4 AU 10 AVRIL
2022

LES VENTES

Adjugé à Paris

Frappes en or.

Royale et précieuse, la semaine recevait une pluie d'or et de diamants, ruisselant sur le dos d'un éléphant caparaçonné d'une tapisserie de Beauvais.

PAR ANNE DORIDOU-HEIM

L'heure est aux valeurs sûres ! Et les enchères de la semaine à l'Hôtel Drouot se sont mises au diapason avec des résultats brillants. L'écrin s'ouvrait le mardi 5 avril sur une paire de dormeuses de la fin du XIXe siècle. Serties de diamants coussin, elles décrochaient 193 200 € chez Coutau-Bégarie. Puis, le mercredi 6, sous le marteau de Baron - Ribeyre & Associés, un collier «Volutes» des années 1950 en platine et or gris, composé de trois rangs de diamants et présenté dans son écrin Verdura, obtenait 211 200 €. *Last but not least*, **un diamant coussin de 20,52 ct**, serti sur une bague dont le poinçon correspond au joaillier Sterlé, suscitait un engouement de 838 200 € chez Fraysse & Associés le jeudi 7. La gemme blanche ne souffrait guère de concurrence, si ce n'est celle de l'or. Le matériau a permis la frappe des plus belles monnaies et de celles les plus recherchées par les numismates. Le même jour, Beaussant Lefèvre & Associés en proposait un bel ensemble – concluant sur le produit total de 1 925 310 € avec 100 % des lots vendus – emmené par les 310 000 € d'**un 8 louis d'or à la tête laurée**. Louis XIII, souverain un peu éclipsé par le souvenir de son père et les fastes de son fils, y apparaît en pleine gloire, et ce n'est que justice puisque c'est sous son autorité qu'en 1640 le royaume de France entame enfin la grande réforme monétaire qui lui était nécessaire et qui l'inscrit dans l'ère moderne européenne.

Patrimoine parisien et culinaire

Le 7 avril, encore, dans une salle voisine, une tapisserie de la manufacture de Beauvais appartenant à la tenture des «Grotesques à fond jaune et tabac» était décrochée à 114 400 € chez Delon-Hoebanx. Dans cette série très appréciée pour son aspect décoratif marqué par des arcatures et des musiciens pleins d'allant, celles organisées autour de la figure centrale d'un éléphant caparaçonné sont les plus recherchées. Les automates de la succession de Cosette Decamps-Bellecourt répétaient pour le grand jour : leur dispersion le lundi 4, donnant à applaudir notamment à 28 336 € le numéro d'un clown sur la Lune, sous la baguette de Morand & Morand.

Paris et son patrimoine, outragés mais libérés par Lucien Paris le mardi 5, relevaient une nouvelle fois la tête et rejoignaient pour quelques pièces des institutions nationales et, pour d'autres – dont le médaillon de Victor Baltard pour le fronton de la porte du pavillon au blé et à la farine des Halles (acquis 41 712 €) – le futur musée de la Boulangerie que la maison Holder se prépare à ouvrir dans le Nord. Puisqu'il est question de traditions culinaires, Rossini, le mercredi 6, accrochait un Pierre-Auguste Renoir, de 1916-1917, *Les Oignons* (18 x 32 cm). Cette petite toile se cuisinait à 66 976 € pendant que la *Baigneuse sur les rochers* (49 x 46 cm) de Théo Van Rysselberghe, peinte en 1922, se prélassait au soleil à 52 808 €. Dimanche 10, Alexandre Landre vendait rue de Bourgogne. Une toile de Pierre Bonnard de 1909, *Les Deux Enfants* (48 x 62,2 cm), y obtenait 81 250 € et un **bureau Mazarin** en placage d'écaille teintée et de laiton marqueté d'époque Louis XIV, 58 750 €. Bacchus (h. 98 cm) clôturait dignement à 50 000 €. Sculpté dans le marbre blanc par le Bolonais Adamo Tadolini (1788-1868) – considéré comme l'un des continuateurs les plus fidèles du style de Canova – et son atelier, le dieu pouvait être satisfait de sa récolte ! ■

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6148982600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

la Gazette de l'Hôtel Drouot

LES VENTES

Edition : **15 avril 2022 P.68-81**

Suzanne Belperron (1900-1983) pour Boivin, bague « Toit » en platine serti de deux alignements de rubis calibrés de taille taper placés à la verticale, vers 1932, poids brut 8,4 g.
Adjugé : 42 240 €

MERCREDI 6 AVRIL, SALLE 10 – HÔTEL DROUOT.
BARON - RIBEYRE & ASSOCIÉS OVV. MME CUKIERMAN.

Toi, toit, ma bague

Aux côtés de diamants, une bague de Suzanne Belperron pour Boivin, du début des années 1930, suscitait la ferveur.

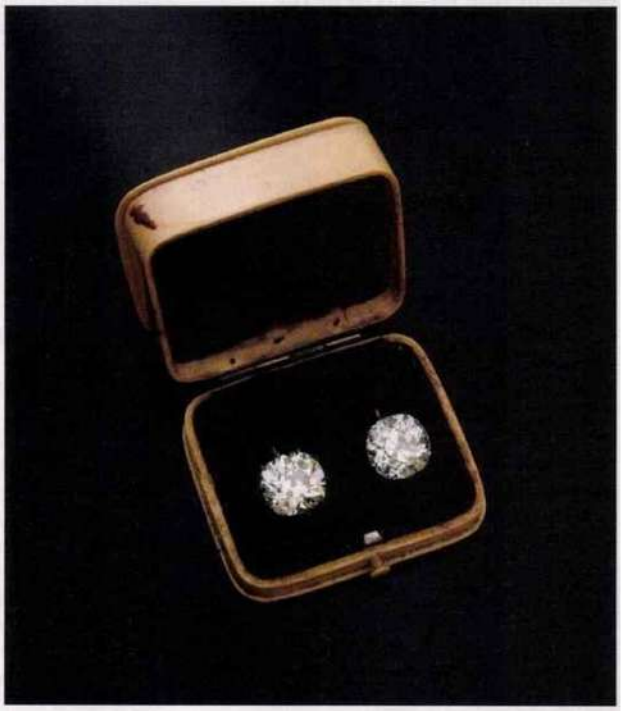
Les diamants concentraient bien les regards. C'était le cas de ceux ornant le collier «Volutes» de Verdura (voir *Gazette* n° 12, page 52) et qui l'emmenaient à 211 200 €, comme de celui serti sur une bague en platine de Boucheron de l'époque art déco, un asscher cut rectangulaire de 7,71 ct qui séduisait à 135 667 €. Cependant, le coup de cœur de cet après-midi dévolu aux créations joaillières revenait à cette bague «Toit» en platine serti de deux alignements de rubis calibrés de taille taper. L'ingéniosité est de les avoir positionnés à la verticale et en chute. Cette idée, donnant naissance à une ligne et à une modernité assez uniques, revient à la créatrice Suzanne Belperron, lorsqu'elle œuvrait pour la maison René Boivin. Durant treize années, de mars 1919 à février 1932, elle en sera la dessinatrice principale, y développant un style valant signature porté à un point tel que le *Vogue* américain dira en 1934 qu'elle a «révolutionné le monde de la joaillerie par son traitement sculptural des gemmes». Ici, on peut même parler de traitement architectural ! Les pans inclinés, coupés, comme la spirale, l'écaille et l'escalier à degrés, sont ses motifs de prédilection. On comprend qu'un amateur se soit laissé tenter jusqu'à 42 240 €.

COURSE EN SOLITAIRES

Que ce soit sur des dormeuses ou sur une bague, le diamant réveillait les envies en dardant ses feux.

Page 58, la *Gazette* n° 12 rappelait qu'à l'origine les «dormeuses» étaient portées la nuit pour que les trous du perçage ne se referment pas dans notre sommeil. On peut espérer qu'elles n'étaient alors pas ornées de diamants tels ceux sertis sur cette paire, portée à 193 200 €. Il s'agit tout de même de deux coussins de taille ancienne d'un poids respectif de 8,5 et 9,85 ct, sertis à la fin du XIXe siècle. Heureusement, le modèle est tellement seyant qu'il gagne la permission de minuit ! Il invite à un regard en arrière sur les boucles d'oreilles à cette époque. Éclipsé par le nouveau style de coiffure développé par la mode des années 1840 à 1860, le bijou disparaît du paysage pour céder la place aux diadèmes à motifs de guirlandes encadrant le visage et retombant en pampilles sur les côtés. Ce ne sera qu'une éclipse, celui-ci revenant triomphant grâce à la reine Victoria, qui prend l'habitude de se montrer avec des pendants volumineux. L'époque n'a pas peur des excès, et les mines récemment découvertes en Afrique du Sud – alors colonie britannique – déversent généreusement leurs diamants. La gemme blanche attaque allègrement le virage du XXe et séduit toujours autant le nouveau siècle comme ses grands joailliers. C'est d'ailleurs un diamant de taille brillant de 4,01 ct (G et VVS2) que la maison Van Cleef & Arpels a choisi pour orner un solitaire en platine, essayé et gardé à 74 704 €.

MARDI 5 AVRIL, SALLE 3 – HÔTEL DROUOT. COUTAU-BÉGARIE OVV.



Paire de dormeuses en or et argent sertie de deux diamants coussin taille ancienne de 8,5 et 9,85 ct.
Adjugé : 193 200 €

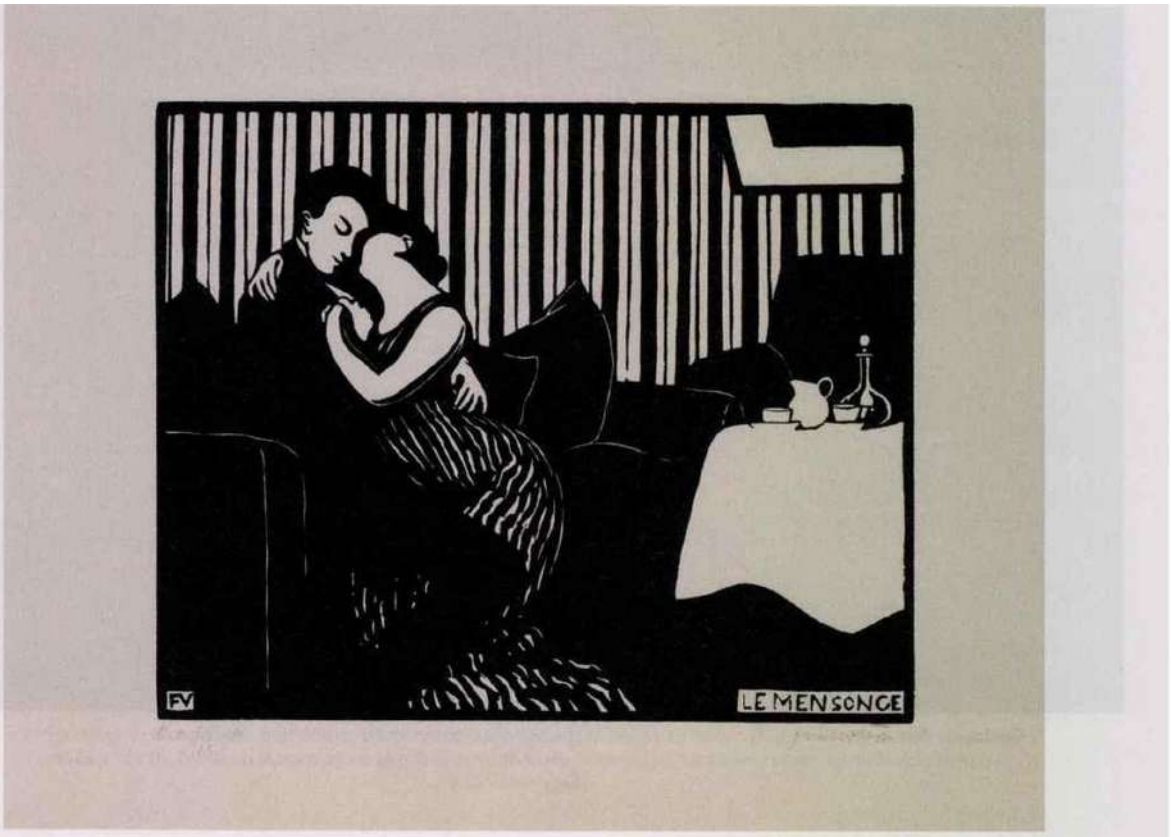
239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6148982600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

la Gazette de l'Hôtel Drouot

LES VENTES

Edition : **15 avril 2022 P.68-81**



Félix Vallotton (1865-1925), « Intimités », suite complète des dix bois gravés, épreuves sur vélin, annotées et signées au crayon, toutes marges, 1897-1898, 17,5 x 22 cm.
Adjugé : 403 200 €

Vallotton en toute intimité

Avec Bonnard et Steinlen, l'artiste suisse composait le trio d'une collection particulière qui a été acclamée.

L'exemplaire n° 13 de la suite des « Intimités » est « au-delà du rare », prévenait Hélène Bonafous-Murat dans la *Gazette* n° 13 (page 55). Son propos s'est largement vérifié avec les 403 200 € déposés pour l'emporter. Il est vrai qu'avec ces dix estampes, produites entre 1897 et 1898 et éditées à trente exemplaires seulement, Félix Vallotton a offert à la gravure un morceau d'une poésie toute particulière et s'affirme comme le maître du noir et blanc. En usant uniquement de formes simples et de larges aplats, il parvient à exprimer de la manière la plus subtile les émotions et les pensées de chacun des personnages. C'est toute l'hypocrisie d'une société bourgeoise empêtrée dans ses principes qui est ici dépeinte : l'ambiance est aux sentiments feints, aux apparences trompeuses, et de planche en planche le malaise s'installe pour arriver au climat particulièrement anxiogène de la dernière de la série – au titre évocateur –, *L'Irréparable* (voir l'article ci-dessus mentionné). L'artiste franco-suisse proposait bien d'autres trésors. « C'est la guerre ! », une suite complète et homogène de six planches de 1915-1916, explosait à 42 240 €, *Le Bain* (18 x 22,5 cm), un bois gravé sur vélin blanc de 1894, réchauffait à 40 960 €, *La Paresse* (17,7 x 22,2 cm), un japon de 1894, se prélassait à 27 520 € et *Le Confiant* (17,8 x 22,2 cm), de 1895, s'abandonnait contre le sein de sa maîtresse à 23 040 €. Quant à la planche *Le Joyeux Quartier latin* (18 x 22,3 cm), elle était préemptée par la bibliothèque de la Sorbonne à 2 566 €. Retenant dans son ensemble 991 708 €, la collection comprenait de belles feuilles de deux autres noms de l'art moderne, Pierre Bonnard (1867-1947) et Théophile Alexandre Steinlen (1859-1923). Du premier, un paravent en quatre feuilles (145 x 44,5 cm chacune) imprimées en couleurs en 1899, *La Promenade des nourrices, frise de fiacres*, obtenait 71 680 € et quant au second, c'est avec ses gros matous confortablement installés sur des lithographies de 1909 qu'il touchait les amateurs : *L'Hiver. Chat sur un coussin* (48,5 x 59 cm) ronronnait à 18 560 € et *L'Été. Chat sur une balustrade* (48,5 x 59 cm) chauffait ses poils à 17 280 €.

VENDREDI 8 AVRIL, SALLE FAVART. ADER OVV. MME BONAFOUS-MURAT.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6148982600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

la Gazette de l'Hôtel Drouot

LES VENTES

Edition : **15 avril 2022 P.68-81**

Guillaume Benneman (1750-1811), coffret en acajou et placage d'acajou ouvrant à un abattant démasquant un grand casier, un petit tiroir et un élément pivotant sur le couvercle, décor de bronzes ciselés dorés, époque Louis XVI, 20 x 37 x 25 cm.
Adjugé : 45 720 €

Au firmament !

Un coffret en acajou de Benneman renfermait un précieux trésor, une gemme d'une éclatante blancheur.

Le programme de ces deux jours de ventes était abondamment et élégamment fourni, avec une conclusion heureuse sur un produit total conséquent de 2 716 631 €. Le mercredi 6 avril était dévolu aux œuvres classiques, et en effet, l'enchère était plus soutenue que l'estimation annoncée pour le coffret en acajou et placage d'acajou de Guillaume Benneman (voir *Gazette* n° 13, page 53). Emblématique des belles productions du règne de Louis XVI, il s'ouvrait pour dévoiler ses secrets et acceptait 45 720 €. Parmi les autres résultats notables, on retenait les 53 340 € d'une ménagère de Cardeilhac en argent de style Renaissance (poids total 10,336 kg), les 50 800 € d'une *Vierge à l'Enfant* (39 x 28 cm) peinte sur un panneau de chêne parqueté dans l'entourage de Cornelis Van Cleve (vers 1485-vers 1540) et encore les 40 640 € d'une paire de larges fauteuils (94,5 x 66 x 56 cm), en bois naturel sculpté et à dossier plat, estampillés de Jean-Baptiste Tilliard (1723-1798). Le mobilier s'enorgueillissait encore des 38 100 € d'un lustre en bronze ciselé et redoré à six branches de lumière (diam. 57,5 cm), d'époque Louis XIV, et des 40 640 € d'un cabinet en laque – à fond noir et décor doré de paysages animés à l'imitation du Japon – adapté sur une console en bois (117 x 115 x 68 cm) partiellement argenté, et surtout très richement sculpté d'un décor ajouré baroque. Ce meuble a été exécuté en Angleterre vers 1680-1720 et rappelle le goût outre-Manche pour les objets en laque.

Le jeudi 7, l'ambiance était des plus précieuses. Place tout de suite au seigneur de l'après-midi, un diamant coussin de 20,52 ct, serti sur une bague en or gris de Sterlé. Cette pierre de couleur H et de pureté VS2 s'envolait à 838 200 €, ce qui fait plus de 40 000 € au carat. Dans son sillage, une broche pendentif en or et argent formée de deux émeraudes dans un double entourage de diamants taillés à l'ancienne, un travail étranger de la fin du XIXe siècle, retenait 99 060 € et un sautoir consistant en un rang de soixante-treize perles fines (l. 69 cm) se déroulait à 95 250 €. Un dernier regard sur la bague de deux tons d'or embellie d'un diamant de taille ancienne de 4,5 ct épaulé d'émeraudes facettées (76 200 €), et l'écrin pouvait se refermer après avoir tenu toutes ses promesses.

MERCREDI 6 ET JEUDI 7 AVRIL, SALLE 14 – HÔTEL DROUOT. FRAYSSE & ASSOCIÉS OVV. MMES DE LA CHEVARDIÈRE, FLIGNY, PETITOT, M. FABRE, CABINETS DE BAYSER, SANCY EXPERTISE PARIS, TURQUIN.

PAGE DE DROITE

Sterlé, bague en or gris ornée d'un diamant taille coussin ancienne en serti griffe, poinçon de maître, la monture signée « STERLE », poids du diamant 20,52 ct, couleur H et pureté VS2, accompagné d'un certificat du LFG, poids brut 8,4 g.
Adjugé : 838 200 €

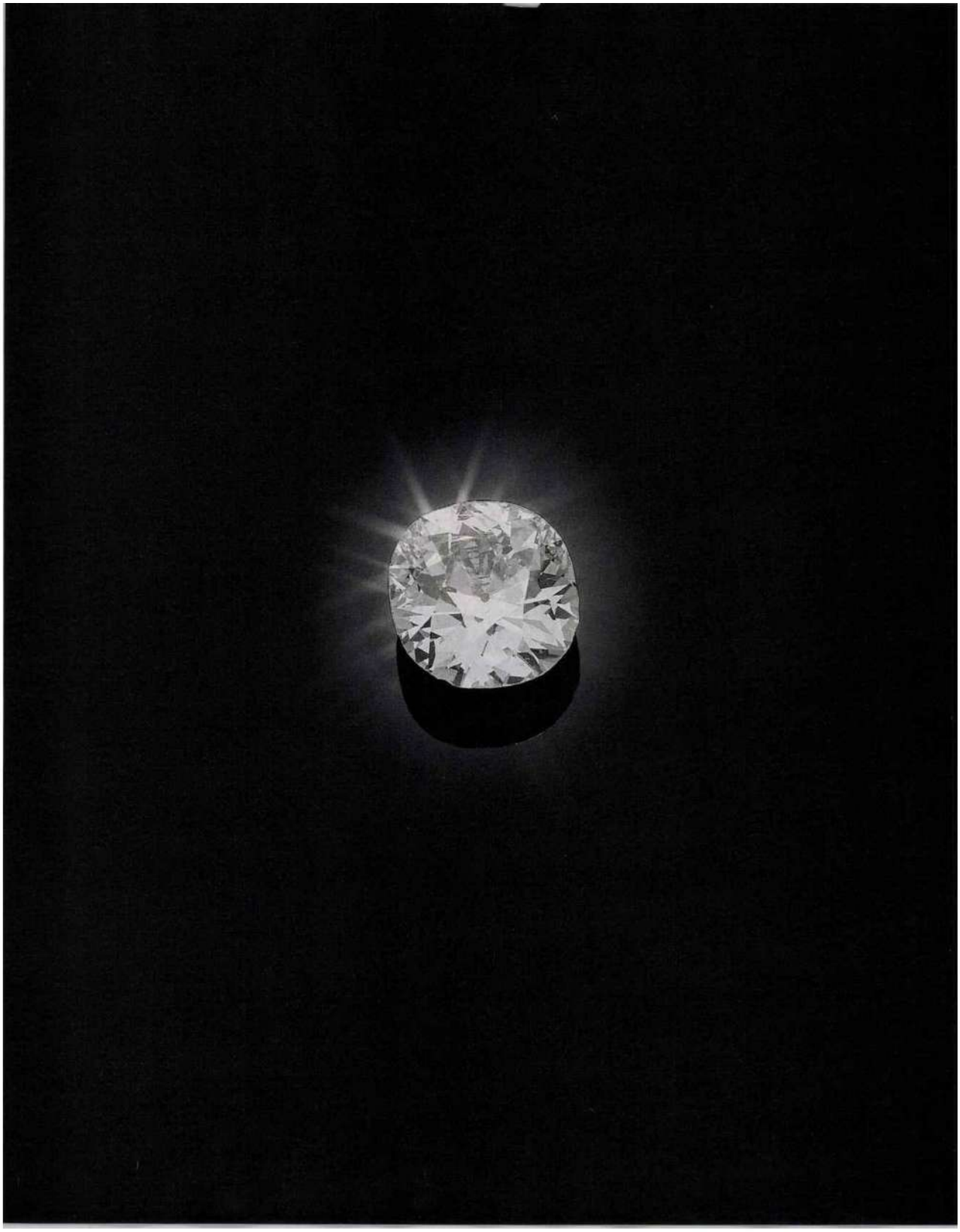
239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6148982600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

la Gazette de l'Hôtel Drouot

LES VENTES

Edition : **15 avril 2022 P.68-81**



239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6148982600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

la Gazette de l'Hôtel Drouot

LES VENTES

Edition : **15 avril 2022 P.68-81**

ROULLET-DECAMPS EN ACTION

Le petit peuple des automates conçus par la maison fondée en 1865 se mettait en ordre de marche pour séduire à nouveau.
Provenant de la succession de Cosette Decamps-Bellecourt, dernière représentante de quatre générations ayant voué leur vie à la fabrication d'automates, près de 170 modèles déroulant l'histoire de la maison Roullet-Decamps se mettaient en marche pour un dernier tour de piste, objet du Focus de la *Gazette* n° 12 (page 22). Ce « Clown sur pleine lune », une « pièce très mouvementée, musique un air » ainsi que l'annonçait le fabricant, était particulièrement alerte et facétieux. La mouche agitée devant le nez de la lune – qui n'a pas l'air de lui en tenir rigueur – faisait le buzz à 28 336 €, distançant l'imposant « Clown au poids » pourtant de Phalibois (voir page 52 de la *Gazette* n° 13), dont le tour de force lui valait tout de même 18 032 €. « Le rieur », l'un des modèles à succès de Roullet-Decamps doté d'un ingénieux mécanisme électrique, s'en esclaffait à 11 520 €.

La fantaisie et l'imagination n'avaient pas de limite dans ce domaine. Ainsi à leur catalogue figurait également cette description : « Fumeur fin de siècle et son chien mouvement des yeux, de la bouche, tournant la tête saluant ; la main gauche caresse son chien la main droite tenant le porte-cigarette, il fume après avoir fumé, il présente la cigarette à son chien, qui se met également à fumer ». On comprend que cela devait distraire ! Aujourd'hui présenté sans ses habits, l'homme à la cigarette s'actionnait sans tousser à 10 240 €. Il fallait compter un peu plus, 10 368 €, pour un diorama mettant en scène des saltimbanques acrobates sur la place d'un village, conçu par Jean Roullet à la fin du XIXe. Les modèles les mieux conservés et dans le meilleur état de fonctionnement, des clowns, acrobates, ours équilibriste et magicienne, effectuaient sans faute leurs numéros, qui leur rapportaient des résultats compris entre 6 400 et 8 320 €. Pour les autres, les résultats démarraient à quelques centaines d'euros. La magie opérait une fois encore.

LUNDI 4 AVRIL, SALLE 9 - HÔTEL DROUOT. MORAND & MORAND OVV.

Roullet-Decamps, « Clown sur pleine lune », mécanisme et musique dans le socle, tête Jumeau bouche ouverte et mains en biscuit, lune en cartonnage, h. 62 cm.
Adjugé : 28 336 €

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6148982600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

la Gazette de l'Hôtel Drouot

LES VENTES

Edition : **15 avril 2022 P.68-81**

Victor Baltard (1806-1874), deux médaillons du fronton de la porte monumentale du pavillon au blé et à la farine des Halles centrales de Paris, l'un orné d'une allégorie des moissons (reproduit), l'autre aux armes de la capitale, bas-reliefs en fonte de fer, vers 1860, diam. 100 et 90 cm.
Adjugé : 41 712 et 11 376 €

Fluctuat nec mergitur

La moisson est belle, de nombreux éléments sauvegardés du patrimoine parisien gagnant des institutions publiques et des collections privées.

Ce douzième opus consacré à la capitale s'est traduit par un intérêt marqué des institutions publiques pour des pièces relevant de son patrimoine. Le musée Carnavalet – Histoire de Paris a emporté pour 3 286 € trois vitraux provenant initialement du siège du journal *Le Petit Parisien*, celui d'Orsay deux projets de façade d'immeuble de l'architecte Antoine Chauchat (1869-?), pour 822 € chacun, la bibliothèque historique de la Ville de Paris, le diplôme dessiné par Gustave-Louis Jaulmes (1873-1959) accordant une médaille de bronze aux grands magasins de la Samaritaine lors de l'Exposition internationale de 1925 (442 €), et la ville de Bry-sur-Marne une paire des fameux bancs publics chantés par Brassens, à 3 286 €.

La maison Holder, qui prépare dans le Nord l'ouverture d'un futur musée de la Boulangerie, a emporté la pièce la plus disputée, ce médaillon en fonte de fer provenant du fronton de la porte monumentale du pavillon au blé et à la farine des Halles centrales de Paris, décroché à 41 712 €, ainsi que son «petit frère», à 11 376 €. Le premier est orné d'une allégorie des moissons, le second, des armes de la ville surmontant la devise «Fluctuat nec mergitur». Tous deux proviennent du chantier de démolition orchestré entre 1971 et 1973 par la société de Pierre Crucy et étaient demeurés dans sa famille. Jusqu'à ce jour, seul un autre médaillon semblable était connu, appartenant aux collections du musée Carnavalet.

«Sous le pont Mirabeau coule la Seine», dit le poète… Sous le pinceau de Charles Camoin (1879-1965), actuellement à l'honneur au musée de Montmartre, c'est sous *Le Pont Marie* (46 x 55 cm) que le fleuve se promène. La toile, exécutée en 1929, retenait 33 496 €. Il fallait encore débourser 26 544 € pour s'offrir une paire d'ornements en bois sculpté et repeint ayant orné un ancien salon de thé au charme que l'on imagine suranné, et 15 800 € pour une coupe (h. 52 cm) en porcelaine de Sèvres, dessinée par Edme Couty (1852-1931) et constituant le prix d'excellence des lauréats dans la section «beaux-arts» de l'Exposition universelle de 1878.

MARDI 5 AVRIL, SALLE 5-6 – HÔTEL DROUOT. LUCIEN PARIS OVV. MME SEVESTRE-BARBÉ, M. DE LOUVENCOURT.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6148982600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6148982600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

la Gazette de l'Hôtel Drouot

LES VENTES

Edition : **15 avril 2022 P.68-81**

Manufacture de Beauvais, *L'Éléphant*, tapisserie de la tenture des «Grotesques sur fond jaune dit tabac» d'après un carton de Jean-Baptiste Monnoyer (1636-1699), inspirée des gravures de Jean Berain Ier (1640-1711), tissée en laine et soie, époque Louis XIV, fin du XVIIe ou début du XVIIIe siècle, 300 x 450 cm.
Adjugé : 114 400 €

UN ÉLÉPHANT NE SE TROMPE PAS

Tapisserie de Beauvais, plaque en marqueterie de pierres et verre de Murano composaient un élégant tableau.

Cette tapisserie de la manufacture de Beauvais, appartenant à la tenture des «Grotesques sur fond jaune dit tabac d'Espagne» tissée d'après un carton de Jean-Baptiste Monnoyer, avait été choisie pour illustrer la couverture de la *Gazette* n° 8. L'occasion était alors donnée de rappeler le succès de cette tenture en six parties, succès tel qu'elle fut remise sur le métier à plusieurs reprises à partir de 1688 et ce, jusqu'en 1732. Près de trois siècles plus tard, l'attrait qu'elle suscite ne se dément pas, et chaque apparition de l'une de ses pièces est saluée de belles enchères. Ce fut à nouveau le cas pour celle-ci, dont le sujet principal est un éléphant doctement installé, couvert d'un tapis à lambrequins au centre de la composition, alors que des musiciens dansent autour de l'animal au son d'une histoire théâtrale et fantaisiste. La belle bordure chinoisante aux motifs «à la Berain» lui donne un peu plus de prestance encore, et permet de la dater de la fin du XVIIe ou du début du XVIIIe siècle : ensuite, s'adaptant aux goûts du temps, des bordures moins élaborées – en zigzag notamment – seront préférées. Ces modèles sont aujourd'hui les plus recherchés car les plus aboutis de la tenture. Celui-ci était logiquement décroché à 114 400 €. De quoi réjouir les convives peints par Dirck Hals (1591-1656), attablés autour d'un *Déjeuner d'huîtres* (44 x 51 cm). Ils se régalaient de leurs fruits de mer à 49 400 €, avant de se désaltérer d'un vin puissant, dégusté dans un élégant verre (h. 28,2 cm) armorié aux armes de la famille Sforza, ducs de Milan. Avec son décor émaillé de la fin du XVe siècle et son pied en argent ajouté au XIXe, l'objet ne manque pas d'allure et retenait 26 000 €. Ce modèle est proche d'un autre, comme lui privé de son pied d'origine et conservé au musée d'arts appliqués du Castello Sforzesco milanais. Tout cela se concluait avec un bouquet de fleurs, composé en pierres de couleurs au début du XVIIe siècle par les artisans d'un atelier florentin. La plaque (59,7 x 43,2 cm), reproduite page 56 de la *Gazette* n° 13, recevait 65 000 €.

VENDREDI 8 AVRIL, SALLE 5 – HÔTEL DROUOT. DELON - HOEBANX OVV. MM. BERTRAND, DEGRAVE, L'HERROU, MILLET, CABINET ÉTIENNE - MOLINIER.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6148982600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

la Gazette de l'Hôtel Drouot

LES VENTES

Edition : **15 avril 2022 P.68-81**

VICTOR, GUSTAVE, GUY ET LES AUTRES

Le 48e volet de la saga Aristophil faisait la part belle aux grands noms de la littérature française du XIXe siècle et à leur plume plus intime.

Lorsque la littérature et les beaux-arts se rejoignent, Victor Hugo n'est jamais loin. Monstre de la première, il a livré des feuilles qui comptent parmi les plus belles du XIXe siècle. Et ce n'est pas ce dessin au lavis révélant un fantomatique *Paysage au burg* de 1842, retenu à 46 640 €, qui contredira ce propos. Petit par ses dimensions (9 x 18,7 cm), il est monumental par la présence de ce château fort médiéval, peut-être aperçu lors d'un voyage sur le Rhin – la même année justement – et transposé ensuite avec toute la fantaisie dont l'écrivain était doué.

Le beau résultat de cette encre compense la déception ressentie pour les deux importants ensembles de courriers d'Émile Zola (1840-1902) à son épouse Alexandrine (voir l'Événement de la *Gazette* n° 12, page 15), qui ne trouvaient pas preneur. Une correspondance en remplaçait une autre… Les quatre-vingts lettres autographes adressées entre 1824 et 1826 par François-René de Chateaubriand (1768-1848) à Cordélia Greffulhe (1796-1847), également comtesse de Castellane, étaient reçues à 69 440 €. La dame a été, peu auparavant, le grand amour de l'auteur des *Mémoires d'outre-tombe*, lequel a délaissé pour elle Juliette Récamier. Après leur folle passion demeure une tendre amitié, attestée par ces écrits emplis d'une grande affection. Guy de Maupassant (1850-1893) participait à cette saga avec un manuscrit de sa plume d'*Une vie*. Pouvant être daté entre mars et juin 1878, il s'agit d'un document de travail, un écrit primitif qui se trouve être le plus ancien connu de ce chef-d'œuvre paru en 1883, et donc essentiel à la compréhension de sa genèse. Autant de qualités l'ont porté à 43 400 €. Lorsque deux monstres sacrés échangent, cela peut donner 33 480 €. Cette somme était offerte à une suite de trente-deux lettres envoyées par Gustave Flaubert (1821-1880) à Émile Zola, un nombre conséquent lorsque l'on sait que quarante-trois seulement sont répertoriées. Entre littérature et amitié, l'auteur des missives informe de l'avancement de *Bouvard et Pécuchet* et dit son admiration pour les romans du second : «Je viens de finir votre atroce & beau livre [*La Fortune des Rougon*, ndlr] ! J'en suis encore étourdi. C'est fort ! Très fort !».

VENDREDI 8 AVRIL, SALLE 3 - HÔTEL DROUOT. OVA DROUOT ESTIMATIONS. M. BODIN.

Victor Hugo (1802-1885), *Paysage au burg*, 1842, lavis d'encre brune, plume et encre brune sur papier, 9 x 18,7 cm.
Adjugé : 44 640 €

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6148982600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

la Gazette de l'Hôtel Drouot

LES VENTES

Edition : **15 avril 2022 P.68-81**

Jean Warin (1607-1672), 8 louis d'or «à la tête laurée», frappé à Paris en 1640, tête laurée du roi à droite à l'avers, croix formée de huit «L» couronnés et cantonnés de quatre lys au revers, tranche cannelée, poids 53,55 g.
Adjugé : 310 000 €

Dans la famille des louis d'or, le 8 !

Chaque apparition de l'une de ces pièces, les plus belles de la royauté française, est saluée comme il se doit, à l'image de ce brillant résultat.

La noble affaire de la stabilisation de la monnaie sous le règne de Louis XIII (1610-1643), dit le Juste, est bien connue des passionnés d'histoire et de numismatique. Cette période est en effet l'une des plus belles pour la frappe de ces pièces d'or aujourd'hui tant recherchées, dont la valeur pouvait se décliner du demi-louis jusqu'au 10 louis. L'arrivée en France vers 1625 du graveur et sculpteur liégeois Jean Warin n'y est pas pour rien. C'est en effet lui qui a apporté l'emploi de la presse à vis et d'autres machines dans la fabrication de la monnaie, permettant une bien meilleure qualité de frappe. Il était évident que ce 8 louis d'or «à la tête laurée» – nulle autre version n'ayant vu le jour – réalisé à Paris en 1640 et en une vingtaine d'exemplaires seulement allait susciter une belle bataille d'enchères, la seule inconnue étant : jusqu'à quel prix ? Le marteau s'est abattu à 310 000 €, récompensant ainsi justement une pièce de la plus insigne rareté, livrée dans un très bel état de conservation et provenant d'une ancienne collection (voir *Gazette* n° 13, page 54). Dans la famille des louis d'or, on demandait ensuite et à 37 740 € un modèle «aux palmes» de 1774 (poids 8,17 g), soit de la toute première année de règne de Louis XVI. Le buste du souverain s'y profile en habit brodé et portant l'ordre du Saint-Esprit. Son grand-père, le Bien-Aimé, acceptait 32 240 € à deux reprises, une première fois sur un double louis «aux insignes», frappé à Bordeaux en 1716, et une seconde sur un louis «aux insignes» là encore et de la même année, mais de Perpignan.

La bourse continuait à se délier et délivrait d'autres pépites, dont un ducat autrichien de 1715 (poids 3,4 g) montrant la figure en pied et cuirassée de l'empereur Charles VI (1711-1740). Les nuages gravés au revers n'altéraient pas les rayons du soleil, qui dardaient 55 352 €. Un saut dans le temps et l'on se retrouvait dans l'Égypte du dernier pharaon indépendant, Nectanébo II (359-343 av. J.-C.), avec un statère d'or (8,34 g) dont le cheval libre, dessiné à l'avers, galopait à 49 600 €.

JEUDI 7 AVRIL, SALLE 11 – HÔTEL DROUOT. BEAUSSANT LEFÈVRE & ASSOCIÉS OVV. ASTRID GUILLON MAISON DE VENTES AUX ENCHÈRES OVV. M. PARSY.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6148982600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

la Gazette de l'Hôtel Drouot

LES VENTES

Edition : **15 avril 2022 P.68-81**

PANORAMA.

Les Adjugés en images

Inspiration antique

Un bijoutier du XIXe siècle a réuni cinq aurei en or de la période romaine, affichant les profils solennels d'Antonin le Pieux, Marc Aurèle, Lucius Verus, Faustine Jeune et Faustine Mère, et les a montés sur ce bracelet en argent articulé – peut-être à la demande d'un numismate ? Le bijou obtenait **19 500 €**, vendredi 8 avril chez **Millon** (M. Lebeurrier), 5, avenue d'Eylau, sous le regard hiératique d'une chatte Bastet assise (h. 10 cm), sujet d'une statuette en bronze fondue en Égypte à la Basse Époque et retenue à 17 000 €.

Les artistes de Nicolas

Le thème de la vente de **Millon** du jeudi 7 avril au 5, avenue d'Eylau était original : il mettait en avant les artistes ayant travaillé pour la promotion des vins Nicolas. On retrouvait ainsi les noms de Chapelain-Midy, Daragnes, Guerrier, Rohner, Humblot... Toute une époque ! L'illustrateur Jean Hugo (1894-1984), pour sa part, a collaboré au catalogue de la maison édité par Draeger en 1933. Cette gouache ovale, *La Taille et le labour des vignes* (19,5 x 13 cm), y est justement reproduite en page 13. Elle était cueillie à **4 160 €**.

Grunsweigh par lui-même

Les galeries d'art de Varsovie se sont montrées particulièrement actives autour des œuvres de Nathan Grunsweigh (1880-1956). La majorité des toiles présentées lors de la vente de **Lucien Paris** le mardi 5 avril à Drouot vont donc retourner dans le pays d'origine de l'artiste. C'est le cas de cet *Autoportrait* (44,8 x 55 cm), décroché à **17 696 €**. Nous sommes en 1916 et l'artiste s'est installé à Amsterdam avec sa famille, avant de se fixer en France dans les années 1920. Fasciné par les vues de Montmartre de Maurice Utrillo, il parcourt la capitale et sa banlieue pour peindre des scènes de rue. Salué par la critique de son époque pour ses talents, il est aujourd'hui redécouvert comme membre à part entière de la première école de Paris.

Jolies femmes du temps

Après un début de vente consacré aux manuscrits le matin du vendredi 8 avril à Drouot, l'après-midi voyait la dispersion de la seconde partie de la bibliothèque de monsieur et madame B., contenant des livres illustrés anciens, romantiques et modernes. Sous le marteau de **Binoche et Giquello** (M. Courvoisier), *Les Contemporaines* ou *Avantures des plus jolies femmes de l'âge présent*, de Restif de la Bretonne (1734-1806) se faisaient remarquer à **15 797 €**. Cette édition originale, composée de 250 nouvelles offrant une minutieuse étude des mœurs de la fin du XVIIIe siècle, est illustrée de 283 figures en taille douce d'après Binet. La luxueuse reliure est signée Chambolle-Duru.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6148982600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Source d'informations

Bien qu'il soit incomplet, ce manuscrit autographe des *Mémoires de Talma*, un document de travail rédigé par Alexandre Dumas (1802-1870), est une source précieuse d'informations. Il contient en effet un certain nombre d'annotations dont certaines ont été ajoutées en vue de l'impression – elles montrent des différences qui peuvent être importantes avec l'édition originale de 1849. Autant de points qui l'ont porté à **22 100 €** vendredi 8 avril, à Drouot, lors de la vente de **Binoche et Giquello** (Mme Bertin).

Un zeste flamand

L'Anversois Joris Van Son (1623-1667) travaille l'art de la nature morte dans tous ses sous-genres mais c'est principalement dans celui de la nature morte de fruits qu'il se distingue. Celle-ci mettant en scène du raisin, un citron et des pêches – le tout savamment disposé, dans le style baroque caractéristique de l'artiste, sur un entablement drapé agrémenté d'un roemer (25,5 x 33,5 cm) – s'appréciait à **28 160 €**. Elle était accrochée à Drouot, le mercredi 6 avril, chez **Baron Ribeyre & Associés** (cabinet Turquin).

Mari et femme

Trois sculptures de François Stahly (1911-2006) étaient exposées à Drouot, chez **Tessier & Sarrou et Associés** (M. Schoeller) le vendredi 8 avril. Si elles étaient modestement estimées, elles ne passaient pas inaperçues ! *Petit Neptune* (h. 55 cm), un bronze à patine verte, grimpait sur la première marche à **33 280 €**, devant les 16 640 et 15 360 € de deux colonnes monolithiques en bois pouvant former paire (h. 218 cm chacune). Se trouvaient aussi des œuvres de sa deuxième épouse, la sculptrice Parvine Curie (née en 1936), dont une *Porte étroite* (55 x 32 x 44 cm, voir *Gazette* n° 13, page 59) en pierre de Chauvigny, qui jouait de la lumière de ses pleins et de ses creux jusqu'à 25 600 €.

Fabergé dans la tradition

Ce kovch en argent (9,5 x 21 x 13 cm, poids 474 g) de forme évasée a été réalisé à Moscou entre 1908 et 1917. Avec son décor de palmettes et rinceaux stylisés sur fond amati, il exprime le style art nouveau développé par la maison Karl Fabergé (1846-1920) au début du XXe siècle, alors que l'orfèvre est au faîte de son succès. La clientèle moscovite, à la différence de celle de Saint-Pétersbourg – plus cosmopolite – est friande de pièces issues de la culture populaire. Difficile de faire plus traditionnel que le kovsh, petit récipient à boire traduisant en métal précieux la forme des coupelles en bois originelles ! Celui-ci était porté à **9 274 €**, chez **Maison R&C** le mardi 5 avril, à Drouot.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6148982600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

REVUE DE PRESSE NICOLAS

MAI

Omnicom Public Relations Group

CORPORATE

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Visualiser l'article

Anniversaire Modernisation et féminisation des cavistes Nicolas pour ses 200 ans

Fort d'une histoire commencée en 1822 à Paris, le caviste Nicolas communique autour de son anniversaire et poursuit son développement à l'international.

Cavistes actuels et publicités passées pour l' enseigne Nicolas. - crédit photo : Isabelle Bachelard

Louis Nicolas a ouvert sa première cave en 1822 au centre de Paris, rue Sainte Anne, avec une idée qui révolutionnera la consommation de vin des Français : la mise en bouteille. Son fils Etienne, amoureux des arts et du vin conciliera ses deux passions en s'assurant la collaboration d'illustrateurs réputés comme Dranzy ou Cassandre. Pour célébrer les 200 ans, Nicolas, propriété du groupe familial Castel, met en avant une *« Cave des 200 ans »* , sélection de 200 références favorites promue via une campagne radio et relance sa mascotte Nectar, le livreur aux multiples bouteilles, qui devient une femme, dessinée par trois jeunes artistes choisis avec l'agence Quai 36 . Cette Nectar-e fera l'objet d'affiches et d'illustrations sur les murs pignons de la capitale. Une animation dans une station de métro est aussi envisagée pour la fin de l'année.

Christopher Hermelin, responsable communication et marketing de la marque lance avec enthousiasme les célébrations d'un *« élément incontournable du patrimoine et de l'art de vivre français »* , qui comprend un partenariat avec trois films *: Champagne* qui sort le 8 juin, *La Dégustation* qui sortira en septembre, ainsi que le film d'animation *Le petit Nicolas, qu'est-ce qu'on attend pour être heureux* qui reprend la genèse des livres de Goscinny et Sempé (et sera présenté à Cannes le 20 mai). Il résume les points majeurs de son activité depuis son arrivée chez Nicolas il y a quatre ans : révision de l'identité graphique avec ses couleurs jaune et bordeaux, reprise en main de la communication par son internalisation, féminisation et rajeunissement des cibles comme du personnel.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Internationalisation et vente en ligne

Sur l'agenda 2022/23 se trouvent la reprise des activités interrompues par la pandémie, le salon Vinissimes pour les vins d'exception, le salon des grands vins et le salon des champagnes, ainsi que la création de dîners gastronomiques organisés avec un chef pour une dizaine de convives, dans les caves partout en France. Il existe 506 caves Nicolas en France et le développement va se poursuivre à l'international. Après les ouvertures en Roumanie, en Suisse, en Grande Bretagne et Espagne, des Nicolas se profilent dans les capitales européennes, en Amérique du Nord et dans les Caraïbes. Quant à la vente en ligne, initiée dès 2000, elle a triplé dans les trois dernières années. *« C'est un créneau à part, très actif pour les cadeaux (75 %), l'équivalent d'une dizaine de caves, qui représente 30 % des ventes en ligne de France »* précise Christopher Hermelin.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

TERRE DE VINS

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Bimestrielle**

Audience : **300000**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Mai - juin 2022 P.32-32**

Journalistes : **Laura Bernaulte**

Nombre de mots : **227**

l'actu des cavistes

Par Laura Bernaulte

Deux cents ans d'avant-garde

C'est en s'appuyant sur la mise en bouteille, révolutionnaire pour l'époque, que Louis Nicolas fonda en 1822, au cœur de Paris, la première cave Nicolas. Possédée depuis 1988 par le Groupe Castel Frères, désignée cette année « marque préférée des Français » dans la catégorie « cavistes », Nicolas compte aujourd'hui plus de 500 boutiques en France métropolitaine et 70 à l'étranger. Pionnière tout au long de son histoire, la marque s'est notamment fait la promotrice de la livraison à domicile, de la vente de vin en ligne, du retour de la consigne, et propose ses propres assemblages depuis trente ans. En 2019, elle a aussi ouvert à Saint-Cloud Craft Beers & Cie, une première enseigne dédiée à la bière artisanale. Pour célébrer ses 200 ans, Nicolas lance en mai La Cave des 200 ans, sélection de vins, spiritueux et bières choisis par des personnalités, à retrouver en boutique et dont la valeur marchande pourra être gagnée par les clients. Partenaire du film « Le Petit Nicolas », dont la sortie est prévue en octobre, le caviste lancera aussi à la fin de 2022 Les Tables Nicolas, dîners en petit comité dans les caves. Après deux cents ans de développement majoritairement hexagonal, Nicolas regarde vers la zone Amérique pour porter, dans un futur proche, le rayonnement de la culture française au-delà des frontières.

nicolas.com

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Du 20 au 26 mai 2022**
P.6
Journalistes : **J.-M.P.**
Nombre de mots : **101**

Nicolas fête ses 200 ans en partenariat avec « vin de France »

FRANCE

Depuis le 9 mai, les 500 magasins Nicolas mettent en avant des cuvées de la catégorie vin de France, cocarde tricolore à l'appui. Cette nouvelle signalétique, présente à l'intérieur des magasins, s'affiche aussi en vitrine, accompagnée d'un écran dédié au cocktail VDF Chardo Mule lancé par l'Anivin en début d'année. Cette opération est soutenue par une newsletter destinée à faire connaître les caractéristiques de la catégorie aux clients du réseau Nicolas. Des informations relayées dans un catalogue interactif accessible depuis la page d'accueil du site nicolas.com. ■ *J.-M.P.*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

www.echodumardi.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **12178**
Sujet du média : **Economie - Services**

26 Mai 2022
Journalistes : **V.A**
Nombre de mots : **1479**

Visualiser l'article

Un Avignonnais en lice pour devenir le meilleur caviste de France

par Echo du Mardi

DR

Le magazine Terre de vins organise la 5ème édition du concours du meilleur caviste de France auquel Lény Hugot, responsable de la boutique Nicolas dans le centre-ville d'Avignon, participe.

Pour sa 5ème édition, le concours enregistre une augmentation de 20% des candidatures, ce qui lui donne davantage de légitimité auprès des cavistes de France. Un grand nombre de professionnels se sont inscrits via le site du concours , mais seulement 43 d'entre eux ont été pré-sélectionnés. Parmi eux, un seul Vauclusien : Lény Hugot, responsable du magasin Nicolas situé au 18 Rue de la République, qui avait été finaliste du concours en 2016.

Tout au long du concours, les cavistes vont participer à plusieurs étapes de sélection. Lors de la première épreuve qui a eu lieu au début du mois de mai, ils ont répondu à une série de questions pour évaluer leur expertise en matière de vins, spiritueux et autres alcools de qualité. La prochaine étape aura lieu le 12 septembre au Château Belgrave près de Bordeaux. À l'issue de cette dernière, 8 candidats seront sélectionnés et participeront à la finale qui aura lieu le 17 octobre en Vallée du Rhône. Le jury, composé d'experts du monde du vin, remettra les prix du caviste de bronze, d'argent et d'or, ainsi que le prix du Meilleur jeune caviste.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

L'Officiel de la Franchise.fr

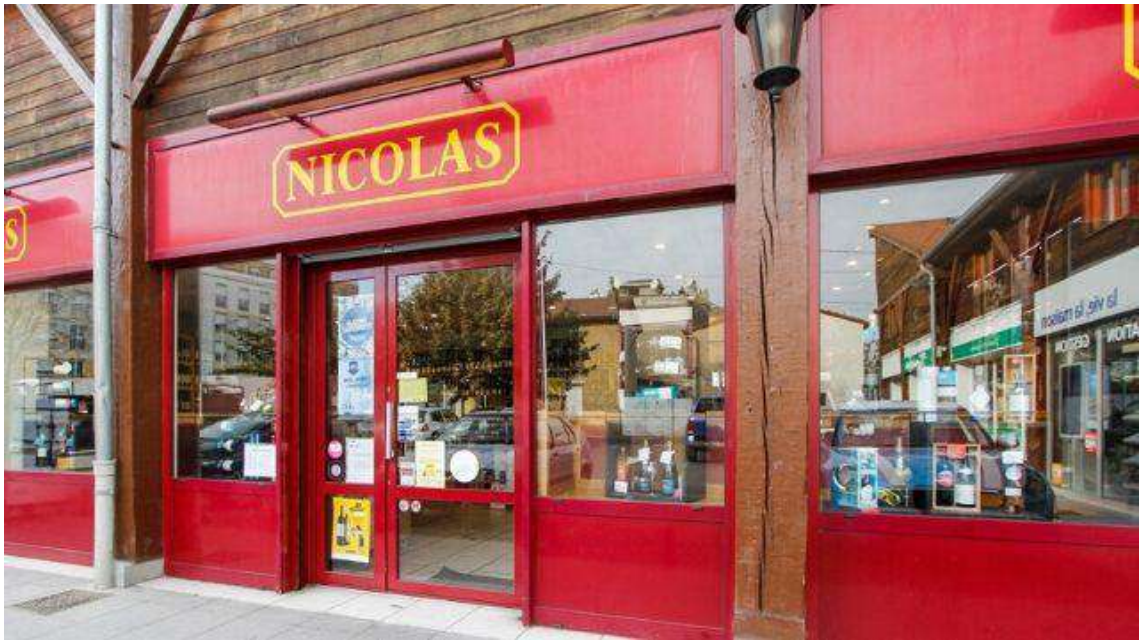
officieldelafranchise.fr

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **5226**
Sujet du média : **Economie - Services**

18 Mai 2022
Journalistes : **Nathan Rayaume**
Nombre de mots : **3790**

Visualiser l'article

En dépit d'un réseau mature, Nicolas a identifié de nouvelles zones d'implantation - L'Officiel de la Franchise



À l'occasion de son bicentenaire, le caviste fait le point sur son développement en franchise. Entre ouvertures homéopathiques et ambitions à l'international.

Si elle fête ses 200 ans d'existence, force est de constater que l'enseigne avance prudemment sur la franchise. À ce jour, Nicolas dispose de seulement six franchises en France. *" Notre réseau est aujourd'hui très mature. Nous développons la franchise de façon homéopathique et à la marge*, explique Christopher Hermelin, directeur marketing chez Nicolas. En somme, l'enseigne se développe en franchise dans des zones où elle n'a pas vocation à aller. *" Je pense notamment à la Corse ou bien à Chamonix. Là où nous manquons d'expertise locale*, poursuit Christopher Hermelin. Dans un registre similaire, l'enseigne s'est lancée également dans la location gérance. Avec, pour le moment, un seul point de vente tenu par un ancien salarié de la marque. Son modèle de déploiement est ailleurs car Nicolas dispose de près de 498 points de vente en propre exploités par des gérants mandataires. En quelques mots, via ce modèle, ces derniers gèrent un fonds de commerce qui ne leur appartient pas. Contrairement à la location-gérance, ils n'ont donc pas à supporter les risques.

À l'étranger, le caviste a choisi de se développer soit via des franchisés, comme c'est le cas en Roumanie ou encore en Espagne, soit grâce à des master-franchisés, par exemple, en Belgique ou en Angleterre ou encore aux Antilles. C'est ainsi un parc total de 47 boutiques en franchise qui composent son réseau, auquel on ajoute des boutiques en propre (en Suisse avec 22 magasins et à Monaco avec un point de vente).

À LIRE AUSSI : Le Comptoir de Mathilde compte doubler son réseau d'ici 5 ans

Enseigne de l'hyper-centre par excellence, Nicolas fait face à un secteur ultra concurrentiel, notamment dans les grandes métropoles. *" Rendez-vous compte qu'à Paris, le nombre de cavistes a augmenté de plus de 75 % en dix ans !*, note Christopher Hermelin. Si l'enseigne est arrivée à la taille critique de son réseau, elle n'exclut pas pour autant de mailler des

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

villes dites moyennes. *" Avec la pandémie, le concept de ville des 15 minutes s'est développée. En somme, ce sont des agglomérations où les consommateurs ont accès à leur travail, à leurs courses, aux soins, à l'éducation et aux loisirs en moins d'un quart d'heure de marche ou de vélo. Nous avons donc clairement identifié ces zones qui peuvent être ouvertes à la franchise ou faire l'objet d'un développement en propre*, explique le directeur marketing. Bien évidemment avec un fort ancrage local du candidat à la franchise :

" Il faut impérativement que ce dernier ait une parfaite connaissance du tissu économique local. C'est un vrai métier de proximité. Nous n'encourageons donc pas les parachutages, ajoute **Christopher Hermelin**.

De même, l'enseigne favorise les ouvertures de franchise en couple. L'activité étant particulièrement chronophage et les franchisés commerçants devant être prêts à travailler tous les week-ends.

On l'aura compris, avec un parc de plus de 500 magasins sur le territoire national, les créations se font au compte-goutte. Outre les nouvelles zones identifiées citées plus haut, l'enseigne n'opère que des déplacements de points de vente. Et une nouvelle fois à la marge. *" En somme, nous réalisons entre cinq ouvertures et cinq fermetures par an*, précise Christopher Hermelin. Pour ce qui est de la taille d'un magasin, l'enseigne se développe sur des surfaces de 50 m2. Côté investissement, il faut compter pour se lancer, une enveloppe de 200 000 euros de financement.

CASTELNICOLAS2 - CISION 363294483

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

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

PRODUITS

Web FRA

WWW.PRESSEAGENCE.FR

Famille du média : **Médias régionaux (hors PQR)**
Audience : **30107**
Sujet du média : **Economie - Services, Politique**

23 Mai 2022
Journalistes : **Floriane**
Nombre de mots : **1621**

www.presseagence.fr

Visualiser l'article

PARIS : Manifest, la nouvelle liqueur iconique

Découvrez Manifest, l'expression ultime de Jägermeister !

Nouvelle référence de la marque iconique à la tête de cerf, Manifest tire son originalité d'une sélection supplémentaire de plantes d'exception et d'une cinquième macération. Sans rien dévoiler des secrets de sa fabrication, on peut révéler un processus de maturation en deux temps et un vieillissement de 15 mois en petits fûts de chêne.

Raffiné, minutieux, ce spiritueux se savoure avec délectation et modération, à la manière d'un excellent whisky ou d'un très bon cognac. Au fil des dégustations, l'expérience sensorielle est sans cesse renouvelée. Épicé, sucré, amer, herbacé... Différents profils aromatiques se dégagent, créant la surprise à chaque gorgée.

Manifest s'adresse à un public plus averti. Ce dernier dégustera cet élixir en prenant le temps d'en goûter chaque saveur. Servi sec, légèrement frais ou en long drink avec du ginger ale, Manifest pourra aussi s'apprécier en cocktail, s'alliant à des boissons élégantes et raffinées, tel le cognac Meukow.

Plus que jamais, Manifest réaffirme l'esprit décalé de Jägermeister, ce goût pour la transgression qui pousse chaque fois la marque allemande à réinventer ses propres règles.

Manifest , une liqueur d'exception à découvrir en avant-premiere dans le reseau des cavistes Nicolas et sur le site web de la marque : https://www.jagermeister.com/fr-FR/ou-acheter-jagermeister

50 cl 38 % vol. / PMC : 28-30 €

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

A Vos Assiettes

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **17763**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

24 Mai 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **6046**

www.avosassiettes.fr

Visualiser l'article

Avec MANIFEST, Jägermeister signe une nouvelle liqueur de légende

Icône des soirées les plus branchées, Jägermeister réaffirme son identité singulière avec le lancement de sa nouveauté, MANIFEST.

R éinventant sans cesse ses propres règles, la marque s'adresse cette fois aux amateurs de spiritueux qui, aux shots glacés des nuits électro, préfèrent l'ambiance feutrée de bars « speakeasy ». Manifest inscrit ainsi Jägermeister dans un nouveau récit, celui d'une dégustation qui laisse place aux sens. En constante évolution, Manifest révèlera ses différentes facettes à l'odorat comme au goût, qu'elle soit versée dans un tumbler ou dans un verre tulipe. Cette liqueur aux herbes, travaillée comme un spiritueux, se fait la promesse d'une expérience gustative résolument unique à chaque dégustation. Des saveurs inédites pour une boisson qui s'affirme d'ores et déjà comme l'expression ultime de Jägermeister.

MANIFEST
L'ÉCRITURE D'UNE NOUVELLE LÉGENDE

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Pour donner naissance à Manifest, sa nouvelle création, la marque à la tête de cerf n'a pas hésité à réécrire ses propres règles , transformant son processus d'assemblage et de fabrication afin d'aboutir à un nouvel « original » : un goût à la fois familier et unique, entre héritage centenaire et esprit transgressif.

Indissociable de l'histoire de Jägermeister, Manifest s'inscrit en revanche dans une nouvelle temporalité : cette liqueur a été spécifiquement imaginée pour ceux qui apprécient les efforts d'un long processus de maturation artisanal.

S'inspirant de l'élixir original de la marque allemande, Manifest tire son originalité d'une sélection supplémentaire de plantes d'exception et d'une cinquième macération. Sans rien dévoiler des secrets de sa fabrication, on peut toutefois révéler un processus de maturation en deux temps et un vieillissement de 15 mois en petits fûts de chêne qui confère à la liqueur de légères notes boisées en fin de bouche.

MANIFEST L'ÉLIXIR DE CEUX QUI SAVENT GOÛTER
LA SAVEUR DU TEMPS

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Raffiné, minutieux, ce spiritueux se savoure avec délectation et modération, à la manière d'un excellent whisky ou d'un très bon cognac.

Au fil des dégustations, l'expérience sensorielle est sans cesse renouvelée. Épicé, sucré, amer, herbacé... Différents profils aromatiques se dégagent, créant la surprise à chaque gorgée.

Ainsi, alors que Jägermeister accompagne les soirées irrévérencieuses d'une jeune génération vivant à cent à l'heure , adepte de shots glacés festifs et de musique électro, Manifest s'adresse à un public plus averti. Ce dernier dégustera cet élixir en prenant le temps d'en goûter chaque saveur. Servi sec, légèrement frais ou en long drink avec du ginger ale, Manifest pourra aussi s'apprécier en cocktail, s'alliant à des boissons élégantes et raffinées, tel le cognac Meukow.

UNE DISTRIBUTION SÉLECTIVE

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Manifest s'affirme comme l'expression ultime de la marque iconique . C'est donc tout naturellement que cette nouveauté Jägermeister bénéficie d'une distribution sélective. En avril, elle a fait l'objet d'un lancement en avant-première dans le réseau des cavistes Nicolas. La nouvelle référence sera également proposée dans les établissements aux éclairages tamisés et aux ambiances feutrées : bars à cocktails et restaurants haut de gamme. Enfin, idéale pour conclure un agréable repas entre amis à la maison.

UN SPIRITUEUX ANCRÉ DANS UN HÉRITAGE CENTENAIRE

Avec Manifest, Jägermeister réaffirme son goût pour la transgression et les saveurs inexplorées. La nouvelle liqueur s'inscrit en ligne avec l'héritage de la marque et sa capacité exceptionnelle à croiser les tendances de son époque. Des parties de chasse du siècle dernier à la musique électro contemporaine jusqu'à l'univers cosy des bars confidentiels, Jägermeister dessine, au fil des années, le chemin audacieux d'une rencontre sans cesse renouvelée entre tradition et innovation.

En créant Manifest, Jägermeister écrit ainsi une nouvelle page de son histoire, et entend plus que jamais accompagner les fidèles de la marque tout au long de leurs expériences de dégustation.

MANIFEST JÄGERMEISTER

Format : 50 cl (38° d'alcool)

Prix moyen constaté : entre 28 et 30 €

Disponible chez le caviste Nicolas , et sur le site web Jägermeister

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

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

À propos de Major ISD

Fondée en 1989, Major ISD (International Spirits Distribution) est une société française basée à Cognac , au coeur de la Charente, célèbre région viticole. Spécialisée dans la production, l'importation et la distribution, elle est le distributeur exclusif de la marque Jägermeister sur le marché français.

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 de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Découvrez nos liqueurs authentiques !
www.jagermeister.com

© Jägermeister | Crédits Photos : © Major ISD (International Spirits Distribution) | Tous droits de reproduction réservés

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LSA LA QUOTIDIENNE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **24 mai 2022 P.39-40**
Journalistes : **Sylvie Leboulenger**
Nombre de mots : **267**

Jägermeister lance une liqueur à déguster

Sylvie Leboulenger

Jägermeister Manifest s'adresse à une cible adulte.

Jägermeister veut s'adresser à tous les publics. Sa liqueur originale est un must auprès des jeunes adultes qui la dégustent en shots bien glacés ou allongés avec un Energy Drink. Elle lance aujourd'hui Manifest qui s'adresse à ceux qui ont abandonné les shots de leur jeunesse et privilégient les élixirs à déguster à petites gorgées. Pour donner naissance à Manifest, la marque à la tête de cerf a transformé son processus d'assemblage et de fabrication afin d'aboutir à ce nouvel élixir. Cette liqueur a été imaginée pour ceux qui apprécient les efforts d'un long processus de maturation artisanal. Elle tire son originalité d'une sélection de plantes et d'une cinquième macération. Le processus de maturation s'effectue en deux temps et un vieillissement de 15 mois en petits fûts de chêne confère à la liqueur des notes boisées en fin de bouche.

Distribution sélective

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Ainsi, alors que Jägermeister accompagne les soirées d'une jeune génération adepte de shots glacés, festifs et de musique électro, Manifest s'adresse à un public plus averti. Servi sec, légérement frais ou en long drink avec du ginger ale, Manifest pourra aussi s'apprécier en cocktail, s'alliant à des boissons élégantes et raffinées, tel le cognac Meukow.

En avril, Manifest a fait l'objet d'un lancement dans le réseau des cavistes Nicolas. La nouvelle référence sera également proposée dans les bars à cocktails et restaurants haut de gamme. Elle est aussi disponible sur le site web de la marque : https://www.jagermeister.com/fr.

PMC : entre 28 et 30 €, la bouteille de 50 cl

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6170113600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MAGASIN

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

SUD OUEST
www.sudouest.com

Famille du média : **PQR/PQD**
(Quotidiens régionaux)
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **956000**
Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **06 mai 2022 P.18**
Journalistes : **Mathilde Curien**
Nombre de mots : **417**

COMMERCE

Deux visages connus ont repris la cave Nicolas

Les anciens restaurateurs Marie et Patrick Poma proposent plusieurs milliers de références au sein d'une enseigne bicentenaire lovée au pied du Marché-Parking

Le gimmick traînait depuis quelque temps déjà. À quand la réouverture de Nicolas, cave installée depuis vingt-cinq ans place Jean-Baptiste-Durand ? Depuis de longs mois, le rideau était baissé sans l'ombre d'une renaissance. Pas de rayonnants visages familiers.

Marie et Patrick Poma, restaurateurs agenais depuis une vingtaine d'années, sont à retrouver au sein de la boutique ayant repris de sa superbe. Avec la bonne humeur qui le caractérise, le couple a repris la cave depuis quatre semaines, au plus grand bonheur des habitués du centre-ville, qui se souviennent des petits plats gourmands dégustés aux 4 As sous les Cornières, et avant au Green Bar rue Montesquieu, lorsque ce n'était pas jadis, à l'Atelier.

« Cette évolution, on l'aurait de toute façon eue. Mais le Covid a accéléré les choses », reconnaît Patrick Poma, toujours avec un tablier noué autour de la taille. Nicolas fait référence pour son conseil, la qualité, la livraison de vin… Et de disposer d'un tel emplacement premium en cœur de ville était une belle opportunité.

Et le gérant de rappeler que la création de la Maison Nicolas, il y a deux cents ans à Paris. « Le fondateur Louis Nicolas a eu l'idée ingénieuse de mettre en bouteilles le vin qui arrivait en barrique quai de Bercy, plus commode pour sa distribution. »

Marie et Patrick Poma, nouveaux gérants de la cave Nicolas.
LOÏC DÉQUIER/ « SUD OUEST »

Vins bio et engagés

Ravie de s'être lancée dans l'aventure avec cette « nouvelle corde à notre arc », Marie Poma apprécie « cette belle dynamique autour de la clientèle. Et l'esprit de quartier qui règne entre commerçants ». Avec plus d'un millier de références, vins, spiritueux, apéritifs, le couple prend ses marques tout en conservant l'esprit de Nicolas. « Ici, on vend du bonheur… En ce moment, on fait une opération sur les vins bio et engagés, on développe aussi les bières de spécialités… »

Tout consommateur majeur peut trouver son bonheur du petit prix à la perle rare. « Cette bouteille de rosé, c'est le Miraval, du domaine de Brad Pitt et Angelina Jolie », sourit Patrick Poma. Aux beaux jours, les soirées dégustations aux airs de retrouvailles devraient s'apprécier autour du comptoir.

Mathilde Curien

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5431103600524

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

HOMACTU

homactu.com

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **1263**
Sujet du média : **Lifestyle**

10 Mai 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **1086**

Visualiser l'article

NICOLAS, à Cour St Emilion, le RDV de la Gastronomie

Chai n°24 Cour Saint-Emilion

Je suis allé déjeuner avec mon neveu la semaine dernière chez Nicolas, à Cour Saint Emilion. Depuis un moment, ils me disaient qu'ils allaient ouvrir, mais n'avaient pas encore toutes les autorisations. Donc dès que j'ai sû que c'était fait, j'ai réservé.

Nous n'avons pas été déçu, le lieu est agréable, je le connaissais, pour y acheter mon vin.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

La salle

Nous nous sommes installés, et l'on nous a apporté le menu.

Nous avons choisi tous les deux les mêmes plats.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Entrée : Tartare de boeuf. Pickles et chips de riz aux algues

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Plat : Merlan de boeuf Black Angus , jus corsé, mousselinede pommes de terre.

Dessert : Crème brulée, Chartreuse et opaline

Le tout arrosé d'un St Emilion Grand Cru : Château La Grace Dieu

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Un café

Nous nous sommes régalés

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Théo (le caviste), le cusinier et le chef de salle.

Vous pouvez y aller déjeuner en toute confiance, l'accueil est chaleureux, le service impeccable et comme on me l'avait dit : le chef est prodigieux.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

SECTEUR DU VIN ET DES CAVISTES

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

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

1 Mai 2022
Durée de l'extrait : **00:26:41**
Heure de passage : **12h28**
Disponible jusqu'au :
30 Juin 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220115220

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Toulouse.

8 Mai 2022
Durée de l'extrait : **00:27:00**
Heure de passage : **12h31**
Disponible jusqu'au :
7 Juillet 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220121067

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas de Marseille.

15 Mai 2022
Durée de l'extrait : **00:27:40**
Heure de passage : **12h30**
Disponible jusqu'au :
14 Juillet 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220127434

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas de Marseille.

22 Mai 2022
Durée de l'extrait : **00:26:22**
Heure de passage : **12h31**
Disponible jusqu'au :
21 Juillet 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220134459

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Agen.

29 Mai 2022
Durée de l'extrait : **00:27:36**
Heure de passage : **12h30**
Disponible jusqu'au :
28 Juillet 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220140763

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MENTIONS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Web FRA

SUD OUEST

www.sudouest.fr

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **5857507**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

3 Mai 2022
Journalistes : **E. V.**
Nombre de mots : **2470**

Visualiser l'article

Commerce à Agen : Le Panier, un nouveau repaire gourmand en centre-ville

Baptiste Tachon et sa mère Géraldine. © Crédit photo : Thierry Breton

L'épicerie fine a ouvert ses portes ce lundi 2 mai, sur la place des Laitiers

La mise en rayon, les relations avec les producteurs et les clients leur sont familières. Baptiste, 23 ans, baigne dans le milieu du commerce et de la grande distribution depuis tout petit. Géraldine et Bernard Tachon, ses parents, étaient à la tête de l'Intermarché de Roquefort depuis plusieurs décennies. En juin 2021, tous deux ont vendu leur magasin et ont ensuite pris la direction des Landes, à Capbreton. Pour mieux revenir auprès de leur fils, qui a ouvert l'épicerie Le Panier, lundi 2 mai.

Baptiste Tachon a choisi la place des Laitiers, face au marché couvert (en lieu et place de l'ancien Camaïeu). « J'habite le centre-ville et j'aime son dynamisme. Depuis plusieurs années, il revit. Je ne souhaitais pas ouvrir cette boutique ailleurs, en périphérie. » Quid de la concurrence avec le marché couvert ? « Nous serons plutôt complémentaires. Nous n'avons pas les mêmes horaires d'ouverture (1) », explique le jeune épicier. « Nos fournisseurs ne sont pas les mêmes non plus », abonde Géraldine, sa mère, que l'on retrouvera au quotidien en caisse. « J'avais envie d'une plus petite structure. Je suis bavarde. J'aime le contact avec les clients. »

Vins et fromages locaux

Au menu de cette nouvelle adresse gourmande, de nombreux produits locaux : des fromages d'Astaffort, de la vallée d'Ossau, des yaourts de Mézin. « Du côté des vins, nous ne travaillons pas les mêmes gammes que les enseignes Nicolas ou Vinissimo. » On retrouve alors dans les rayons du Panier les millésimes de Christophe Avi, ainsi que de nombreux breuvages de Buzet. Les légumineuses, la farine sortent tout droit de chez le meunier Alliance Bio, à Moncrabeau ; la charcuterie et les pâtés sont de Tonneins.

Reste le point délicat des fruits et légumes. « Nous n'avons pas trouvé de fournisseurs lot-et-garonnais qui acceptent de nous livrer en centre-ville. Nous ne sommes que deux pour l'instant dans la boutique, et il est compliqué d'aller chercher les produits. » L'appel est lancé...

(1) Le panier est ouvert du lundi au samedi de 8 heures à 19 h 30 et le dimanche de 8 h 30 à 12 h 30.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

SUD OUEST
www.sudouest.com

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **956000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **04 mai 2022 P.15**

Journalistes : **E. V.**

Nombre de mots : **393**

Le Panier, un nouveau repaire gourmand en centre-ville

L'épicerie fine a ouvert ses portes lundi, sur la place des Laitiers

Baptiste Tachon et sa mère Géraldine. THIERRY BRETON

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4491992600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

La mise en rayon, les relations avec les producteurs et les clients leur sont familières. Baptiste, 23 ans, baigne dans le milieu du commerce et de la grande distribution depuis tout petit. Géraldine et Bernard Tachon, ses parents, étaient à la tête de l'Intermarché de Roquefort depuis plusieurs décennies. En juin 2021, ils ont vendu leur magasin et ont pris la direction des Landes, à Capbreton. Pour mieux revenir auprès de leur fils, qui a ouvert l'épicerie Le Panier, lundi 2 mai.

Baptiste Tachon a choisi la place des Laitiers, face au marché couvert (en lieu et place de l'ancien Camaïeu). « J'habite le centre-ville et j'aime son dynamisme. Depuis plusieurs années, il revit. Je ne souhaitais pas ouvrir cette boutique ailleurs, en périphérie. » Quid de la concurrence avec le marché couvert ? « Nous serons plutôt complémentaires. Nous n'avons pas les mêmes horaires d'ouverture (1) », explique le jeune épicier. « Nos fournisseurs ne sont pas les mêmes non plus », abonde Géraldine, sa mère, que l'on retrouvera au quotidien en caisse. « J'avais envie d'une plus petite structure. Je suis bavarde. J'aime le contact avec les clients. »

Vins et fromages locaux

Au menu de cette nouvelle adresse gourmande, de nombreux produits locaux : des fromages d'Astaffort, de la vallée d'Ossau, des yaourts de Mézin. « Du côté des vins, nous ne travaillons pas les mêmes gammes que les enseignes Nicolas ou Vinissimo. » On retrouve alors dans les rayons du Panier les millésimes de Christophe Avi, ainsi que des breuvages de Buzet. Les légumineuses, la farine sortent tout droit de chez le meunier Alliance Bio, à Moncrabeau ; la charcuterie et les pâtés sont de Tonneins.

Reste le point délicat des fruits et légumes. « Nous n'avons pas trouvé de fournisseurs lot-et-garonnais qui acceptent de nous livrer en centre-ville. Nous ne sommes que deux pour l'instant dans la boutique, et il est compliqué d'aller chercher les produits. » L'appel est lancé…

E. V.

(1) Le panier est ouvert du lundi au samedi de 8 heures à 19 h 30 et le dimanche de 8 h 30 à 12 h 30.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4491992600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Date : 19/05/2022

lefigaro.fr

Le dessinateur Sempé fut un éphémère fraudeur de vins

https://avis-vin.lefigaro.fr/magazine-vin/o151671-le-dessinateur-sempe-fut-un-ephemere-fraudeur-de-vins

Texte non disponible

Presse écrite FRA

L'ECO AUSTRAL

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Mensuelle**
Audience : **55000**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Avril 2022 P.42**
Journalistes : **Arnaud Thomelin**
Nombre de mots : **788**

DAVID CAILLEUX, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE COVINO

« Il faut renforcer l'investissement local »

Principal embouteilleur de vin à La Réunion et premier importateur et distributeur de vins et spiritueux, Covino est une entreprise réunionnaise historique, implantée au Port depuis 1954 et désormais filiale du groupe Castel. Entretien avec David Cailleux, directeur général de Covino depuis 2020.

Propos recueillis par Arnaud Thomelin

L'Éco austral : Comment Castel-Covino a-t-elle traversé la crise de la covid ?

David Cailleux : Pour appréhender cette question, il faut rappeler que Covino dispose de trois réseaux de distribution : les GMS (grandes et moyennes surfaces), notre réseau de caves Nicolas (dont nous sommes master franchisés depuis 2000) et les CHR (cafés-hôtels-restaurants). Avec la pandémie, les confinements et les mesures restrictives, la consommation hors du domicile s'est reportée sur une consommation à domicile. Les GMS et surtout Nicolas ont profité de cet effet d'aubaine. Les caves Nicolas ont notamment connu une forte hausse de fréquentation, avec une croissance du chiffre d'affaires global de plus de 25 % en 2021. Nous avons même ouvert notre neuvième cave à l'Éperon l'année dernière. Et je vous annonce l'ouverture prochaine d'un dixième Nicolas à La Réunion ! Le quinzième dans l'océan Indien...

©Corinne Tellier

« Rappelons que 67 % des volumes écoulés proviennent de notre cœur de métier historique : l'embouteillage de vin. »

Qu'en est-il des CHR ?

Comme je l'expliquais, la consommation s'est recentrée sur le domicile, au détriment du hors-domicile. Façon vases communicants. Pour les cafés, hôtels et restaurants, l'épisode covid a été et continue d'être très compliqué à vivre. En 2020, notre chiffre d'affaires sur le secteur a enregistré une chute de 22 % ! Mais nous sommes constamment restés au plus près de nos clients professionnels, pour les accompagner au cœur de la crise. Nos efforts ont payé puisqu'en 2021, nous avons conquis de nouveaux clients (nous en avons désormais 225 sur toute l'île) et compensé en partie les pertes affichées en 2020. L'idée est d'avancer coûte que coûte !

Dans un contexte maritime compliqué, quelles sont les perspectives pour Covino ?

Nous importons sous différents conditionnements, dont le vin transporté en citerne et mis en bouteille au Port, mais aussi des vins français et étrangers déjà conditionnés, des champagnes, des bières et quelques alcools. Mais également, il ne faut pas l'oublier, les bouteilles, les bouchons, les étiquettes, tout ce qui est indispensable à notre activité d'embouteillage. Nous sommes par conséquent impactés par la hausse des tarifs du fret au même titre que tout le monde, voire davantage. Sans oublier la hausse du vin en lui-même, suite à des vendanges 2021 catastrophiques... L'année 2022 s'annonce compliquée, mais nous allons jeter toutes nos forces dans la bataille !

C'est-à-dire ?

Nous souhaitons maintenir les emplois et une certaine compétitivité sur les tarifs actuellement pratiqués sur nos références les plus populaires. Rappelons que 67 % des volumes écoulés proviennent de notre cœur de métier historique : l'embouteillage de vin. Royal, Baron Peyssard, Marquis de Robitaille... Toutes ces références bien connues des Réunionnais constituent le socle, solide, sur lequel il faut nous appuyer pour résister et bâtir. Il faut renforcer l'investissement local. C'est la raison pour laquelle nous lancerons en 2023 le chantier de modernisation de nos lignes d'embouteillage. Nous pourrons alors optimiser la production, le stockage et poursuivre une montée en gamme débutée en 2020 avec le premier vin embouteillé en certification Terra Vitis.

Grâce aux citernes calorifugées dans lesquelles nos vins voyagent, leur qualité est préservée des variations de températures. Une qualité qui nous amène à transformer l'essai, puisque nous lancerons en 2022 deux nouvelles références premium embouteillées en local : un Bordeaux Supérieur et un Côtes du Rhône (en Terra Vitis). Nous continuons donc de compléter l'offre produite en local, en misant sur un pan de notre activité et de notre histoire que nous estimons prioritaire.

Castel-Covino en chiffres

- **Compagnie vinicole de l'océan Indien (Covino) créée en 1954**
- **Activité d'embouteillage depuis 1957**
- **Filiale du groupe Castel depuis 2004**
- **Plus de 500 conteneurs réceptionnés par an**
- **27 millions d'euros de CA en 2021**
- **70 % du CA en GMS, 10 % en CHR, 20 % en caves Nicolas**
- **40 % de parts de marché estimées sur le vin en 2021 (estimation à partir des déclarations douanières)**
- **5,2 millions de litres vendus en 2021 (tous alcools confondus)**
- **4,5 millions d'équivalents 75 cl de vin embouteillés au Port (soit 67 % des volumes d'alcool écoulés au total)**
- **500 produits distribués (hors caves Nicolas)**
- **65 emplois directs**

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4592303600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Bimestrielle**

Audience : **N.C.**

Sujet du média : **Loisirs-Hobbies**

Edition : **Mai - juin 2022 P.50-55**

Journalistes : **Eric Decaix**

Nombre de mots : **1753**

Un tracteur FAR

et une semi-remorque à col-de-cygne

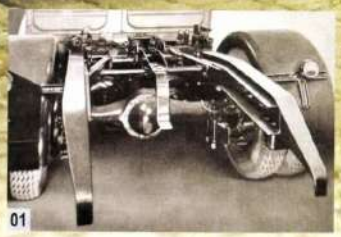
Pour agrémenter la cour de débord de votre gare marchandises d'un nouveau véhicule, je vous propose un petit travail de transformation très simple et rapide à mettre en œuvre. Il a pour base des modèles courants du commerce. Hors chemin de fer, cet ensemble tracteur et semi-remorque trouvera également sa place dans des emprises industrielles mais aussi en ville ou en campagne, la commodité et la maniabilité du modèle réel ayant très tôt assuré son succès et sa popularité.

FAR, c'est quoi, c'est qui ?... Ernest Chenard, dessinateur industriel aux Chemins de fer de l'Ouest et Henry Walker, ingénieur des mines, s'associent en 1899, date à laquelle la société des établissements Chenard & Walker (C&W) voit le jour. L'entreprise a pour objet principal la fabrication d'automobiles. C&W se distingue à de nombreuses reprises en course automobiles et les « tanks » établissent le succès de la marque. En 1920 est fondée la société anonyme des trains Chenard & Walker FAR. Le train C&W est un ensemble composé d'un tracteur routier léger fabriqué par C&W et d'une

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

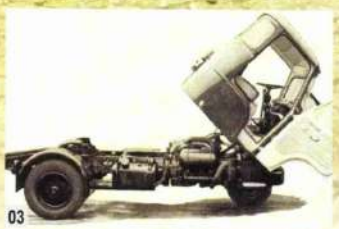
Texte et photos : Eric Decaix

HO 1/87



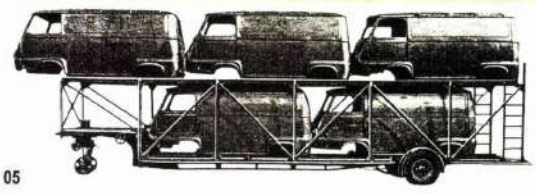
01

02



03

04



05

courte remorque à essieu avant pivotant liée au tracteur par un attelage à colonne réglable conçu et breveté par l'entreprise Lagache, Glaszmann et Cie (L,G&-Cie). FAR est l'association des initiales de trois prénoms : **F**ritz Glaszmann, **A**ndré Lagache, **R**aymond Glaszmann. D'une grande maniabilité, le train C&W peut faire demi-tour dans 5 mètres de large. L, G & Cie a très tôt proposé une large gamme de semi-remorques destinés à de nombreuses activités. Le succès est important. En 1926, et pour rester dans le domaine ferroviaire, une flotte de 130 tracteurs et 350 remorques distribue les colis des réseaux PO et PLM dans Paris. Les trains C&W sont également très prisés par les entreprises d'hydrocarbures, les déménageurs et les exploitations agricoles.

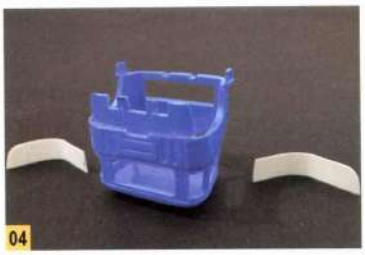
En 1934, la société anglaise de fabrication de poids lourds Scammell, met au point et démarre la production du « mechanical horse ». Le nom de cheval mécanique lui a été attribué car en plus de la mécanisation, l'objectif est de retrouver la maniabilité du cheval. Le tracteur est un tricycle dont la roue avant centrale peut pivoter à 360°, autorisant un rayon de braquage qui permet de manœuvrer sur des espaces très réduits. C&W en obtient la fabrication sous licence, puis cède son activité de fabrication de poids lourds à la marque Chausson. En 1938, la société anonyme des tracteurs FAR devient une filiale de Chausson.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

01

02

03


04

05

06

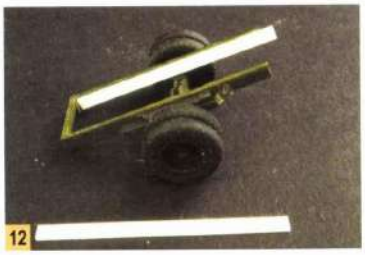
07

08

09

10

11


12

Tracteur FAR Saviem CM 69 B

01. La base de travail pour réaliser le tracteur FAR est un fourgon Saviem SG4 de marque IGRA-SAI. La cabine est bien reproduite et seul le bossage horizontal au dessus de la calandre est incorrect car trop volumineux. Je l'ai affiné par limage et ponçage.

02. Le fourgon est la seule pièce collée. Tout le reste du modèle est assemblé par encliquetage ou « tétonnage ». Le travail en est grandement facilité. Pas de casse, de déformation, de nettoyage, etc.

LA CABINE

03. Commençons par la cabine. Le premier travail de cette transformation consiste à occulter les passages de roues, puisque l'essieu disparaît au profit d'une roue axiale.

04. J'ai fabriqué deux jupes en carte plastique de 4/10 d'épaisseur. Par essais successifs, j'ai pris soin que l'arrondi du passage de roue soit parfaitement ajusté. Pour avoir une bonne assise pour ces deux pièces, j'ai affiné par limage le bas de caisse arrière.

05. Les deux jupes sont collées en place à l'aide d'une colle à solvant. Cette colle très active doit être utilisée en très faible quantité pour limiter son pouvoir amollissant et déformant sur la carte plastique.

06. Pour représenter le couvre-joint entre la cabine et les jupes, j'utilise une section de fil laiton de 4/10 mis en forme à la pince ronde puis fixé à la colle cyanoacrylate liquide. Celle-ci va filer toute seule le long du sillon. L'arrière des jupes est découpé suivant les formes de la cabine SAI qui sont prévues pour s'encastrer dans le châssis.

07. La cabine et la calandre sont peintes en Humbrol Bleu Marine. L'intérieur de la cabine est peint en Gris Clair. Auparavant, le bossage horizontal situé au dessus de la calandre a été désépaissi à la lime triangle (triangle car c'est la plus étroite). La finition est réalisée à l'abrasif 240.

L'INTÉRIEUR

08. Sur la pièce représentant les passages de roues (située à droite), je supprime les ailes à la scie pour que la pièce tienne à l'intérieur des jupes.

09. L'aménagement intérieur est ensuite collé sur ce support/passage de roues.

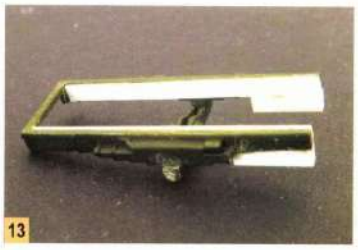
10. Les sièges sont peints en Humbrol Marron Clair, et le volant en Gris Clair.

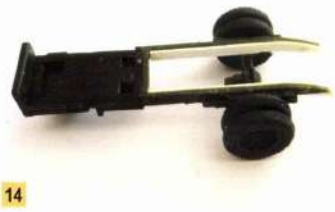
LE CHÂSSIS

11. Sur le châssis Saviem, je conserve une roue de l'essieu avant, le pare-chocs, le bloc avant supportant la cabine et l'aménagement intérieur. Je sépare ce bloc des longerons par sciage. Sur les longerons, je récupère le réservoir d'essence et les garde-boue à l'arrière.

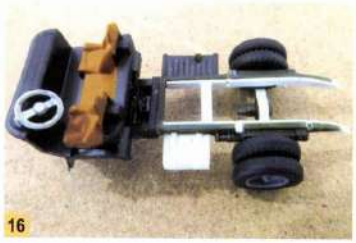
239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9078203600502

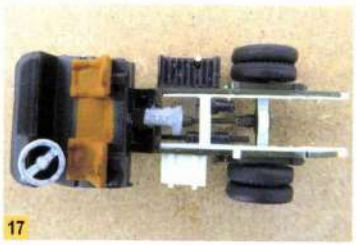
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

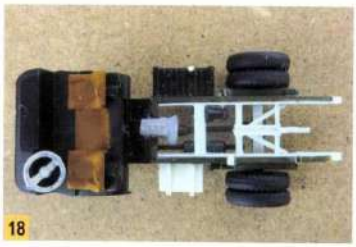

13

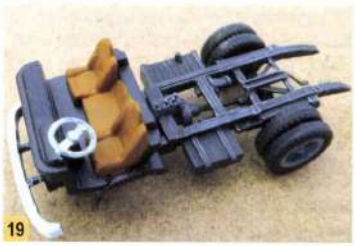

14

15


16

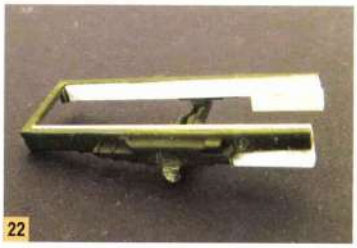

17

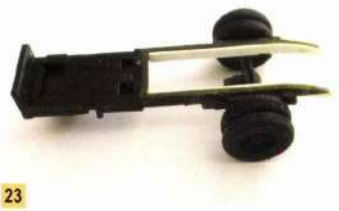

18


19

20

21


22


23

24

L'ensemble longerons/pont arrière, dont la gravure est plus fine, et l'échappement proviennent d'un camion Zil de marque BUSCH.

12. Les longerons sont épaissis par collage d'une bande de plastique.

13. Après séchage, je colle une section de bande plus large sous l'extrémité arrière des longerons pour obtenir, par limage, les rails de guidage de la manœuvre d'attelage.

14. Lorsque ce travail est effectué, j'assemble le bloc avant du châssis Saviem et les longerons modifiés du Zil. Tous ces collages se font à la colle à solvant, en ayant toujours la main légère. Muni d'un capillaire, le flacon Revell en permet une utilisation précise et parcimonieuse.

15. La roue avant conservée est tronçonnée puis collée dans l'axe longitudinal du châssis.

16. L'aménagement intérieur est collé à son tour, tout comme le réservoir conservé sur le longeron droit Zil. À gauche, j'ai fabriqué un coffre à batteries. J'ai également ajouté une traverse de renfort entre les deux longerons.

17. Le détaillage du châssis se poursuit par l'installation de différents organes : embrayage, arbre de transmission, échappement, servo-frein, ouvre-boîte, corne de brume, etc. (ces deux derniers équipements étant bien sûr facultatifs).

18. Ce travail se termine par la reproduction du système de guidage et d'attelage, toujours à base de profilés ou bandes en plastique.

19. L'ensemble est peint en noir mat, puis rehaussé par un brossage à sec avec un mélange Gris Clair et Aluminium.

20. Le pare-chocs avant est peint en Blanc puis collé en place avant que le vitrage soit collé à l'intérieur de la cabine. La cabine est ensuite placée sur le châssis. Ce sont les deux pattes de fixation du pare-chocs qui retiennent la cabine à l'avant.

21. La mise en place de la calandre, également peinte en Blanc, bloque tout l'ensemble. Les garde-boue arrière, séparés de leur partie centrale pleine, sont fixés de part et d'autre par des sections de fil laiton.

22. Cette vue plongeante montre l'ensemble du travail. Le niveau de détail pourra être poussé plus loin si le tracteur est présenté sur la maquette sans remorque.

La semi-remorque

23. La semi-remorque à col-de-cygne a pour base un modèle de marque REE équipé du système d'attelage FAR.

24. La superstructure est à peine encastrée sur le châssis et maintenue par un ou deux légers points de colle. J'enlève cette caisse et tant pis pour la « blancheur persil »...

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9078203600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

25

26

27

28

29

30

25. Le châssis est coupé en deux et sur la partie arrière, les suspensions/supports d'essieu sont supprimés.

26. Toujours sur cette partie arrière, je découpe la plate-forme pour le passage des roues puis je colle, entre les renforts de châssis, une section de tube plastique pour recevoir l'axe de l'essieu surbaissé.

27. Le col-de-cygne est constitué d'une plaque de plastique de 25 mm sur 6,5 mm collée en l'intercalant entre les deux parties du châssis.

28. Toutes les tranches du châssis ainsi que le col-de-cygne sont peints en Gris Foncé. Les deux parties du plateau sont couvertes de scotch double face, sur lequel je dispose des coupons de carton gravé façon « planches ». On peut obtenir un résultat aussi satisfaisant avec des baguettes de peuplier par exemple, mais le carton est plus fin.

29. La surface est vieillie avec un jus Ombre Naturelle et Anthracite et par un brossage à sec Blanc.

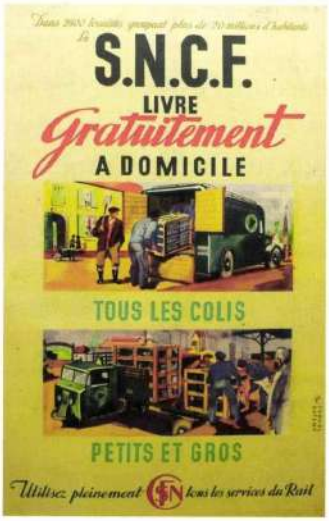
30. Bien entendu, la sécurité recommande(rait) que la remorque soit équipée de passages de roues en tôle. Mais j'ai préféré la laisser en l'état.

Le convoi a reçu son chargement, il est désormais prêt pour sa première rotation.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9078203600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le type CM (pour cheval mécanique) 62, à la cabine austère et anguleuse, est homologué en juin 1938 et poursuivra sa carrière jusqu'en 1955. Il est équipé du 4 cylindres de la traction 11 CV Citroën. Outre sa maniabilité, la caractéristique notable du système Scammell réside dans la manœuvrabilité lors de l'accrochage et du décrochage de la remorque durant laquelle le conducteur ne quitte pas son siège. Relevage ou descente de l'avant train, verrouillage de l'attelage, freinage et éclairage sont autant de fonctions obtenues automatiquement par l'interaction des différents organes des châssis, tracteur et remorque **(photo 1).** Le fabricant préconise l'acquisition de trois remorques pour un tracteur : une au chargement, l'autre au déchargement et la troisième en rotation.



Des enseignes très connues ont longtemps employé ce système. Parmi elles, on compte la Poste, le BHV, la SNCF, la Régie Renault et le négociant de vins Nicolas - entre autres. Avec l'augmentation des tonnages transportés, FAR conçoit des châssis moteur plus puissants. Moteurs et cabines sont acquis auprès d'autres fabricants. C'est le cas du CM 69 B **(photos 2 et 3)** introduit en 1966 qui abandonne la cabine Pelpel très caractéristique au profit de la récente cellule Saviem. Les remorques ne sont pas en reste, et à la variété des modèles présentés la structure légère de l'entreprise permet de proposer des produits sur mesure **(photos 4 et 5)**. FAR dépose le bilan en 1972.

Sa taille modeste l'empêchera de résister à une violente concurrence comme elle aura raison de plusieurs autres fabricants automobiles durant cette décennie. #

INFOS MAT.

- Un camion Saviem IGRA-SAI - Réf. 800 (n'importe qu'elle autre référence fera l'affaire, puisque seule la cabine et châssis seront utilisés) ;
- Une remorque FAR REE – Réf. F004-G-05 ;
- Un camion Zil Busch – Réf. 80010 ;
- Scie Bocfil ou X-Acto rasoir ;
- Pince ronde ;
- Lime triangle denture 2 (demi-douce) ;
- Papier abrasif grain 240 ;
- Colle pour matière plastique (par exemple Revell contacta 39604) ;
- Colle cyanoacrylate fluide ;
- Profilés plastique Evergreen ;
- Fil laiton 4/10 ;
- Scotch double face ;
- Peintures Humbrol : Bleu Marine mat 77, Noir mat 33, Blanc mat 34, Marron Clair 9 et Gris Foncé mat 32.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9078203600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Bimestrielle**

Audience : **N.C.**

Sujet du média : **Loisirs-Hobbies**

Edition : **Mai - juin 2022 P.50-55**

Journalistes : **Eric Decaix**

Nombre de mots : **1753**

Un tracteur FAR

et une semi-remorque à col-de-cygne

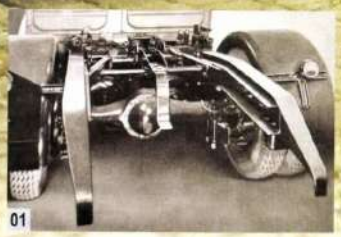
Pour agrémenter la cour de débord de votre gare marchandises d'un nouveau véhicule, je vous propose un petit travail de transformation très simple et rapide à mettre en œuvre. Il a pour base des modèles courants du commerce. Hors chemin de fer, cet ensemble tracteur et semi-remorque trouvera également sa place dans des emprises industrielles mais aussi en ville ou en campagne, la commodité et la maniabilité du modèle réel ayant très tôt assuré son succès et sa popularité.

FAR, c'est quoi, c'est qui ?... Ernest Chenard, dessinateur industriel aux Chemins de fer de l'Ouest et Henry Walker, ingénieur des mines, s'associent en 1899, date à laquelle la société des établissements Chenard & Walker (C&W) voit le jour. L'entreprise a pour objet principal la fabrication d'automobiles. C&W se distingue à de nombreuses reprises en course automobiles et les « tanks » établissent le succès de la marque. En 1920 est fondée la société anonyme des trains Chenard & Walker FAR. Le train C&W est un ensemble composé d'un tracteur routier léger fabriqué par C&W et d'une

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

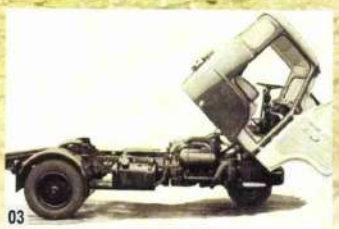
Texte et photos : Eric Decaix

HO 1/87



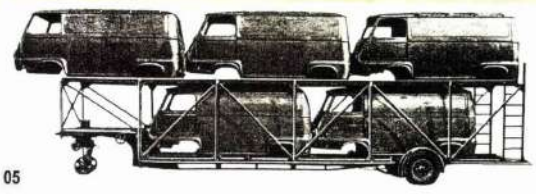
01

02



03

04



05

courte remorque à essieu avant pivotant liée au tracteur par un attelage à colonne réglable conçu et breveté par l'entreprise Lagache, Glaszmann et Cie (L,G&-Cie). FAR est l'association des initiales de trois prénoms : **F**ritz Glaszmann, **A**ndré Lagache, **R**aymond Glaszmann. D'une grande maniabilité, le train C&W peut faire demi-tour dans 5 mètres de large. L, G & Cie a très tôt proposé une large gamme de semi-remorques destinés à de nombreuses activités. Le succès est important. En 1926, et pour rester dans le domaine ferroviaire, une flotte de 130 tracteurs et 350 remorques distribue les colis des réseaux PO et PLM dans Paris. Les trains C&W sont également très prisés par les entreprises d'hydrocarbures, les déménageurs et les exploitations agricoles.

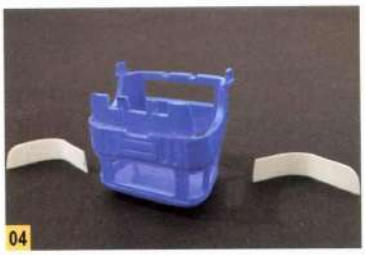
En 1934, la société anglaise de fabrication de poids lourds Scammell, met au point et démarre la production du « mechanical horse ». Le nom de cheval mécanique lui a été attribué car en plus de la mécanisation, l'objectif est de retrouver la maniabilité du cheval. Le tracteur est un tricycle dont la roue avant centrale peut pivoter à 360°, autorisant un rayon de braquage qui permet de manœuvrer sur des espaces très réduits. C&W en obtient la fabrication sous licence, puis cède son activité de fabrication de poids lourds à la marque Chausson. En 1938, la société anonyme des tracteurs FAR devient une filiale de Chausson.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

01

02

03


04

05

06

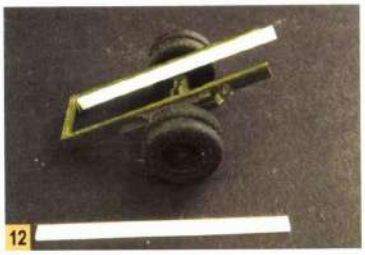
07

08

09

10

11


12

Tracteur FAR Saviem CM 69 B

01. La base de travail pour réaliser le tracteur FAR est un fourgon Saviem SG4 de marque IGRA-SAI. La cabine est bien reproduite et seul le bossage horizontal au dessus de la calandre est incorrect car trop volumineux. Je l'ai affiné par limage et ponçage.

02. Le fourgon est la seule pièce collée. Tout le reste du modèle est assemblé par encliquetage ou « tétonnage ». Le travail en est grandement facilité. Pas de casse, de déformation, de nettoyage, etc.

LA CABINE

03. Commençons par la cabine. Le premier travail de cette transformation consiste à occulter les passages de roues, puisque l'essieu disparaît au profit d'une roue axiale.

04. J'ai fabriqué deux jupes en carte plastique de 4/10 d'épaisseur. Par essais successifs, j'ai pris soin que l'arrondi du passage de roue soit parfaitement ajusté. Pour avoir une bonne assise pour ces deux pièces, j'ai affiné par limage le bas de caisse arrière.

05. Les deux jupes sont collées en place à l'aide d'une colle à solvant. Cette colle très active doit être utilisée en très faible quantité pour limiter son pouvoir amollissant et déformant sur la carte plastique.

06. Pour représenter le couvre-joint entre la cabine et les jupes, j'utilise une section de fil laiton de 4/10 mis en forme à la pince ronde puis fixé à la colle cyanoacrylate liquide. Celle-ci va filer toute seule le long du sillon. L'arrière des jupes est découpé suivant les formes de la cabine SAI qui sont prévues pour s'encastrer dans le châssis.

07. La cabine et la calandre sont peintes en Humbrol Bleu Marine. L'intérieur de la cabine est peint en Gris Clair. Auparavant, le bossage horizontal situé au dessus de la calandre a été désépaissi à la lime triangle (triangle car c'est la plus étroite). La finition est réalisée à l'abrasif 240.

L'INTÉRIEUR

08. Sur la pièce représentant les passages de roues (située à droite), je supprime les ailes à la scie pour que la pièce tienne à l'intérieur des jupes.

09. L'aménagement intérieur est ensuite collé sur ce support/passage de roues.

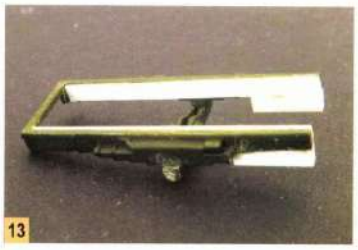
10. Les sièges sont peints en Humbrol Marron Clair, et le volant en Gris Clair.

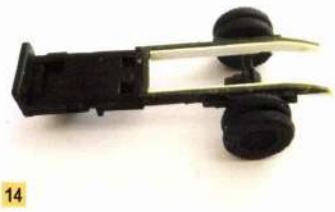
LE CHÂSSIS

11. Sur le châssis Saviem, je conserve une roue de l'essieu avant, le pare-chocs, le bloc avant supportant la cabine et l'aménagement intérieur. Je sépare ce bloc des longerons par sciage. Sur les longerons, je récupère le réservoir d'essence et les garde-boue à l'arrière.

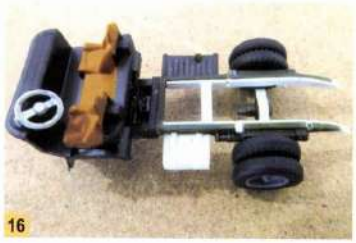
239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9078203600502

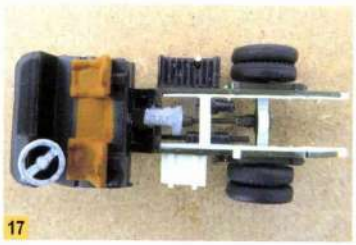
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

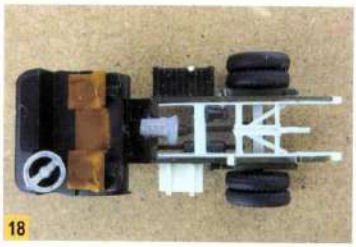

13

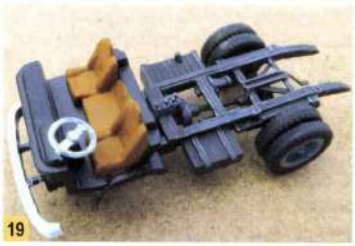

14

15


16

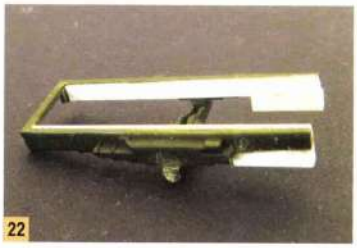

17

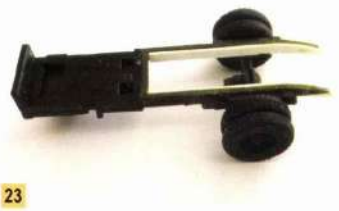

18


19

20

21


22


23

24

L'ensemble longerons/pont arrière, dont la gravure est plus fine, et l'échappement proviennent d'un camion Zil de marque BUSCH.

12. Les longerons sont épaissis par collage d'une bande de plastique.

13. Après séchage, je colle une section de bande plus large sous l'extrémité arrière des longerons pour obtenir, par limage, les rails de guidage de la manœuvre d'attelage.

14. Lorsque ce travail est effectué, j'assemble le bloc avant du châssis Saviem et les longerons modifiés du Zil. Tous ces collages se font à la colle à solvant, en ayant toujours la main légère. Muni d'un capillaire, le flacon Revell en permet une utilisation précise et parcimonieuse.

15. La roue avant conservée est tronçonnée puis collée dans l'axe longitudinal du châssis.

16. L'aménagement intérieur est collé à son tour, tout comme le réservoir conservé sur le longeron droit Zil. À gauche, j'ai fabriqué un coffre à batteries. J'ai également ajouté une traverse de renfort entre les deux longerons.

17. Le détaillage du châssis se poursuit par l'installation de différents organes : embrayage, arbre de transmission, échappement, servo-frein, ouvre-boîte, corne de brume, etc. (ces deux derniers équipements étant bien sûr facultatifs).

18. Ce travail se termine par la reproduction du système de guidage et d'attelage, toujours à base de profilés ou bandes en plastique.

19. L'ensemble est peint en noir mat, puis rehaussé par un brossage à sec avec un mélange Gris Clair et Aluminium.

20. Le pare-chocs avant est peint en Blanc puis collé en place avant que le vitrage soit collé à l'intérieur de la cabine. La cabine est ensuite placée sur le châssis. Ce sont les deux pattes de fixation du pare-chocs qui retiennent la cabine à l'avant.

21. La mise en place de la calandre, également peinte en Blanc, bloque tout l'ensemble. Les garde-boue arrière, séparés de leur partie centrale pleine, sont fixés de part et d'autre par des sections de fil laiton.

22. Cette vue plongeante montre l'ensemble du travail. Le niveau de détail pourra être poussé plus loin si le tracteur est présenté sur la maquette sans remorque.

La semi-remorque

23. La semi-remorque à col-de-cygne a pour base un modèle de marque REE équipé du système d'attelage FAR.

24. La superstructure est à peine encastrée sur le châssis et maintenue par un ou deux légers points de colle. J'enlève cette caisse et tant pis pour la « blancheur persil »...

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9078203600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

25

26

27

28

29

30

25. Le châssis est coupé en deux et sur la partie arrière, les suspensions/supports d'essieu sont supprimés.

26. Toujours sur cette partie arrière, je découpe la plate-forme pour le passage des roues puis je colle, entre les renforts de châssis, une section de tube plastique pour recevoir l'axe de l'essieu surbaissé.

27. Le col-de-cygne est constitué d'une plaque de plastique de 25 mm sur 6,5 mm collée en l'intercalant entre les deux parties du châssis.

28. Toutes les tranches du châssis ainsi que le col-de-cygne sont peints en Gris Foncé. Les deux parties du plateau sont couvertes de scotch double face, sur lequel je dispose des coupons de carton gravé façon « planches ». On peut obtenir un résultat aussi satisfaisant avec des baguettes de peuplier par exemple, mais le carton est plus fin.

29. La surface est vieillie avec un jus Ombre Naturelle et Anthracite et par un brossage à sec Blanc.

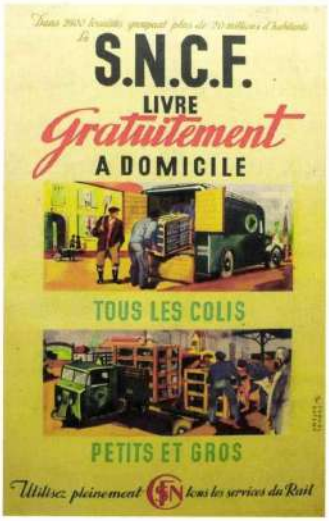
30. Bien entendu, la sécurité recommande(rait) que la remorque soit équipée de passages de roues en tôle. Mais j'ai préféré la laisser en l'état.

Le convoi a reçu son chargement, il est désormais prêt pour sa première rotation.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9078203600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le type CM (pour cheval mécanique) 62, à la cabine austère et anguleuse, est homologué en juin 1938 et poursuivra sa carrière jusqu'en 1955. Il est équipé du 4 cylindres de la traction 11 CV Citroën. Outre sa maniabilité, la caractéristique notable du système Scammell réside dans la manœuvrabilité lors de l'accrochage et du décrochage de la remorque durant laquelle le conducteur ne quitte pas son siège. Relevage ou descente de l'avant train, verrouillage de l'attelage, freinage et éclairage sont autant de fonctions obtenues automatiquement par l'interaction des différents organes des châssis, tracteur et remorque **(photo 1).** Le fabricant préconise l'acquisition de trois remorques pour un tracteur : une au chargement, l'autre au déchargement et la troisième en rotation.



Des enseignes très connues ont longtemps employé ce système. Parmi elles, on compte la Poste, le BHV, la SNCF, la Régie Renault et le négociant de vins Nicolas - entre autres. Avec l'augmentation des tonnages transportés, FAR conçoit des châssis moteur plus puissants. Moteurs et cabines sont acquis auprès d'autres fabricants. C'est le cas du CM 69 B **(photos 2 et 3)** introduit en 1966 qui abandonne la cabine Pelpel très caractéristique au profit de la récente cellule Saviem. Les remorques ne sont pas en reste, et à la variété des modèles présentés la structure légère de l'entreprise permet de proposer des produits sur mesure **(photos 4 et 5)**. FAR dépose le bilan en 1972.

Sa taille modeste l'empêchera de résister à une violente concurrence comme elle aura raison de plusieurs autres fabricants automobiles durant cette décennie. #

INFOS MAT.

- Un camion Saviem IGRA-SAI - Réf. 800 (n'importe qu'elle autre référence fera l'affaire, puisque seule la cabine et châssis seront utilisés) ;
- Une remorque FAR REE – Réf. F004-G-05 ;
- Un camion Zil Busch – Réf. 80010 ;
- Scie Bocfil ou X-Acto rasoir ;
- Pince ronde ;
- Lime triangle denture 2 (demi-douce) ;
- Papier abrasif grain 240 ;
- Colle pour matière plastique (par exemple Revell contacta 39604) ;
- Colle cyanoacrylate fluide ;
- Profilés plastique Evergreen ;
- Fil laiton 4/10 ;
- Scotch double face ;
- Peintures Humbrol : Bleu Marine mat 77, Noir mat 33, Blanc mat 34, Marron Clair 9 et Gris Foncé mat 32.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9078203600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LE FIGARO Littéraire

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **1663000**

Sujet du média : **Culture/Arts littérature et culture générale**

Edition : **12 mai 2022 P.16**

Journalistes : **Etienne de Montety**

Nombre de mots : **545**

Un monde fou

Longtemps Bertrand de Saint Vincent ne s'est pas couché de bonne heure. Ses lecteurs le savent, il arpentait les générales, les vernissages, les remises de prix, il observait, il notait. Sur tout ce joli monde, il pose un œil sarcastique : garçon, de quoi écrire ! Saint Vincent est le chroniqueur des heureux du temps présent, actrices, collectionneurs, écrivains, il savoure leur compagnie et parfois leurs œuvres. « *Au premier étage, il y a un monde fou.* » Fou, c'est le terme. Il le dit avec courtoisie, même si l'on peut sentir une réserve. À force de frayer avec la cour et la ville, il sait que la légèreté est un chef-d'œuvre en péril. Légèreté est un mot qui lui sied, les siens effleurent le papier, ses formules sitôt qu'elles ont touché s'envolent déjà vers le ciel. Il y a dans cet art une forme de politesse ; exprimer des sentiments plus sombres, des appréciations acerbes lui paraîtrait de la dernière indélicatesse.

À le lire, on sent bien qu'une ère s'achève, et que ça le navre. Scott et Zelda sont devenus des motifs d'espadrilles de luxe. Où est la liberté qui autorisait de jouer son salaire à Enghien, ou de prendre un bain de minuit à Antibes avec un Jay McInerney passablement saoul ? Toute notre époque condamne désormais ces comportements « *inappropriés* ».

Certes les vedettes seront toujours là, les romancières, les influenceurs et même le ridicule. Mais notre regard sur eux ? Le trait qui ne bouscule pas une position établie, qui ne froisse personne, est-ce encore de l'esprit : sujet, verbe, compliment, à quoi bon si un mot cocasse ne vient pas s'intercaler pour rehausser le portrait. Ironiser, c'est encore rendre hommage à un statut, une grandeur d'établissement. C'est pour cela qu'on savoure la chronique sur Arditi, sur Lévy ou sur le Festival de Cannes où, écrit-il, « *tout le monde fait son cinéma, c'est la moindre des choses* ». Son portrait de l'impayable dessinateur Floch est à encadrer.

Il y a du Zelig chez Saint Vincent, et d'ailleurs la comparaison avec Woody Allen et son humour froid et ravageur nous vient sans mal : est-il vrai que Sempé habite au pied d'un magasin Nicolas ? Ses folles soirées le conduisent à assister à une lecture d'un roman de Christine Angot par elle-même – les directions de journaux ne savent pas ce qu'elles infligent à leur collaborateur qui a l'élégance de ne pas se plaindre.

LA CHRONIQUE d'Étienne de Montety

Il est là le *nocturne français* selon Saint Vincent : ce sentiment que la dérision et le jugement recouvrent tout, qu'une ombre réprobatrice s'étend sur la pensée et les reparties. Antoine Blondin, avec qui il partage peut-être un certain désenchantement face à l'existence, écrivait : « *Je suis resté mince, mon œuvre aussi.* » On sait ce que Monsieur Jadis pèse aujourd'hui dans la littérature française. On sait déjà ce que les chroniques de Saint Vincent auront comme importance pour comprendre les premières années du XXIe siècle. Mais on ne pourra pas lui faire grief de ne pas y avoir mis un grain de son humeur vagabonde. ■

NOCTURNE FRANÇAIS
De Bertrand de Saint Vincent, Grasset, 302 p., 20,90 €.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9336303600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

ECHOS JUDICIAIRES Girondins

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **13 mai 2022 P.4-11**
Journalistes : **Nathalie VALLEZ**
Nombre de mots : **2354**

GIRONDE ACTU

INTERVIEW

JÉRÉMY **SARTHOU**
dirigeant fondateur du cabinet bordelais Sarthou & Associés

© Atelier Gallien - Echos Judiciaires Girondins

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4868403600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

INTERVIEW

GIRONDE ACTU

VINS DE BORDEAUX

RECRUTEMENT - UN MARCHÉ DYNAMIQUE

JÉRÉMY SARTHOU EN BREF

Après une première expérience chez le caviste Nicolas à Londres, puis dans le commerce pour PSA, Jérémy Sarthou, fils d'un négociant bordelais, a finalement été chargé fin 2018 de piloter le pôle vin d'un bureau de recrutement. Après 2 années, il décide de lancer son propre cabinet de recrutement : Sarthou & Associés, « la même chose mais en mieux » ! Son équipe compte aujourd'hui 6 personnes. Des consultants qui assurent la relation commerciale avec les clients, et les chargés de recrutement qui s'occupent de l'approche des candidats. « Les postes pour lesquels on est sollicités, ce sont des postes qui ont un impact très fort sur le business (direction générale, direction export, responsable export...). »

À l'instar d'autres secteurs économiques, le monde du vin profite de la croissance économique. C'est ce que nous révèle Jérémy Sarthou, dirigeant fondateur du cabinet bordelais Sarthou & Associés qui a publié dernièrement deux études sur la rémunération des cadres et leurs motivations à s'engager dans ce secteur viti-vinicole toujours attractif en France et en particulier en Gironde.

Par Nathalie VALLEZ

Echos Judiciaires Girondins : En tant que dirigeant du cabinet de recrutement Sarthou & Associés, vous avez produit deux études, dans quel cadre ?

Jérémy Sarthou : « On a fait 2 études, la première il y a 2 ans, juste après le Covid. On a identifié 10 postes, et appelé 1 000 personnes, on a fait parler les chiffres, on a appelé tous les conseils : le CIVB, et les organismes équivalents en Bourgogne, en Alsace, et on a fait la moyenne. Il ressortait qu'après un premier trimestre gelé, nous assistions à une légère reprise à la rentrée 2020 et que les entreprises s'adaptent aux nouvelles clientèles et secteurs de distribution. Notre nouvelle étude, sortie à l'automne 2021, s'intéresse aux motivations des collaborateurs. On a fait une enquête avec 2 pools de candidats à interroger pour connaître leurs attentes après le Covid : plus de télétravail, être plus près de leur famille, avoir plus de sens, tout un tas de choses. Ensuite on a interrogé un pool de dirigeants pour voir ce que eux étaient prêts à consentir. »

EJG : Dans votre étude de rémunération, il ressort que les cadres du secteur du vin sont majoritairement des hommes...

J. S. : « Ça se féminise beaucoup, mais tout dépend des secteurs.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

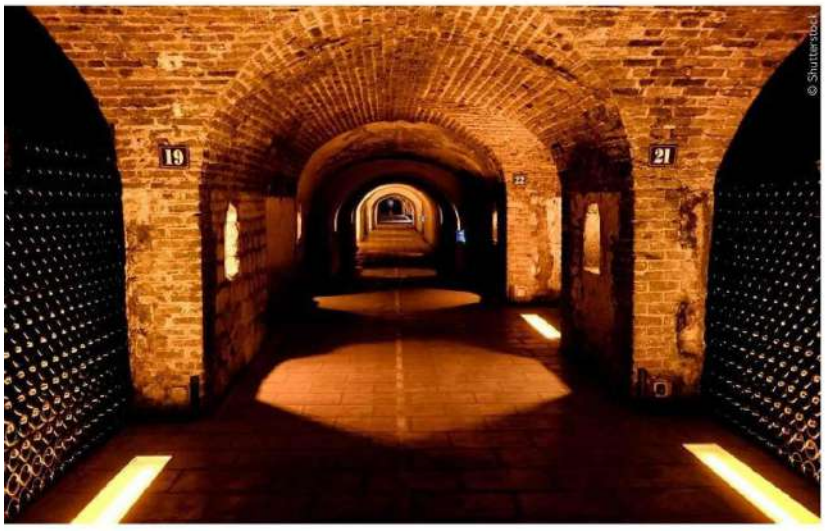
GIRONDE ACTU

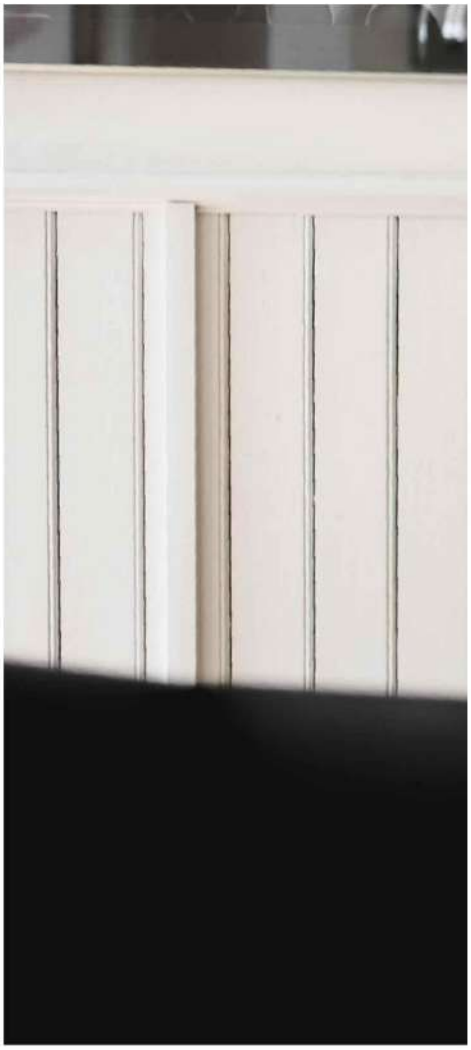
INTERVIEW

On a des postes en marketing qui sont très féminins. Sur les postes de commerciaux, la parité commence à être très nette, sur des postes de commerciaux exports en particulier. Sur les postes de direction export, c'est encore très masculin. Tout comme les postes de direction générale. Ces postes de commerciaux exports sont très valorisés et débouchent souvent sur les postes de direction, export ou générale. On le voit beaucoup à Bordeaux, en Champagne. Donc la parité va s'installer. »

EJG : Y a-t-il beaucoup d'échanges d'une région à l'autre ?

J. S. : « Oui, on a des Champenois, des Bourguignons qui viennent à Bordeaux, ou à Paris, des Cognaçais à Bordeaux. Il y a des régions où l'attractivité est plus compliquée, comme l'Alsace ou la Bourgogne. En Champagne, c'est finalement assez facile car vous êtes à 45 minutes de la capitale, donc on place beaucoup de candidats basés à Paris. On a aussi de plus en plus de sociétés bordelaises ou bourguignonnes qui vont nous demander de placer un candidat à l'étranger : aux États-Unis, en Asie, de manière à être plus proche des marchés. Pendant le Covid, quand ils ont fermé les frontières, ça permettait de poursuivre le travail de prospection. On a aussi des boîtes d'autres régions qui investissent dans une boite de négoce et qui demandent des candidats hors Bordeaux. Et en parallèle, d'autres boîtes extérieures veulent des profils bordelais parce qu'ils ont une bonne connaissance du marché asiatique. Historiquement, Bordeaux vend des vins de Bordeaux. Sur 350 négociants, la compétition monte. Ils élargissent leur portefeuille avec de très grands vins étrangers qui arrivent sur la place de Bordeaux avec des bureaux de représentation, qui veulent que leurs vins ou spiritueux soient distribués par la place de Bordeaux. C'est très nouveau aussi. Pendant un temps, on disait que le négoce était mort, que les propriétaires voulaient vendre en direct. Mais ces grands propriétaires, qui font la tournée des négociants, après ils viennent nous voir pour nous demander de leur trouver un directeur commercial pour représenter leur vin auprès du négoce bordelais. Ils veulent un bureau de représentation. C'est un phénomène qui s'est accéléré après le Covid. »





EJG : Quelle est l'image du vignoble bordelais ?

J. S. : « Le Bordeaux bashing, c'est très franco-français, et très ciblé dans d'autres régions viticoles ou à Paris aussi, mais c'est surtout très bobo. Moi je fais tous les salons internationaux, en Chine, en Allemagne, aux États-Unis, je peux vous dire que Bordeaux a une très belle image. On progresse, et les autres aussi. On fait du très bon vin ailleurs, dans tous les pays du monde. Bordeaux conserve une très bonne image, mais il y a une forte compétition. Les niveaux des vins montent, la différence se fait sur la distribution. »

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

« On voit arriver tous les jours des candidatures de cadres basés à Shanghaï ou à Hong Kong, qui en ont marre de la politique 0 cas Covid et qui veulent rentrer en France. »

EJG : Comment se porte le milieu bordelais, est-il dynamique, optimiste ?

J. S. : « C'est très dynamique, pour parler franchement avec un certain nombre de maisons. Mais nous, on est très sensibles à l'environnement macro-économique, dès qu'il y a un problème sur le marché, ça cristallise et on sent le doute s'installer. Et si vous avez peur, vous n'appuyez pas sur le bouton du recrutement. On le sent tout de suite à l'activité. Depuis 3 ans, il faut avoir les reins solides. En ce moment, il y a la croissance, les gens consomment. Le business a vraiment repris, comme dans les autres industries. Mais le prix de la logistique, comme celui des matières premières ont explosé. L'industrie est très impactée. Après il y a les problèmes liés à l'environnement. À un moment donné, il va peut-être y avoir moins de vin, ça va être un problème auquel il faut se préparer. Mais ce n'est pas le cas dans toutes les régions, et il y a une demande mondiale qui est forte : les marchés US avec la suppression de la taxe Trump, les marchés européens marchent très bien, l'Asie ça fonctionne bien, on arrive à envoyer du vin. Mais en Chine comme à Hong Kong, on est toujours dans une politique ooo

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

« Les recrutements vont s'accélérer car les entreprises veulent des cadres prêts pour la rentrée »

de 0 cas, ça inquiète les sociétés bordelaises qui ont des cadres en Asie, et on voit arriver tous les jours des candidatures de gens qui sont là-bas depuis 5, 6, 7 ans et qui veulent revenir à Bordeaux, en Champagne, en Bourgogne, des gros cadres qui en ont marre. C'est très dur ce qu'ils vivent. Ce n'est pas toute l'Asie, c'est très ciblé : Shanghaï et Hong Kong. Pourtant c'est le point d'entrée du vin mondial, donc il y a toujours du business, mais c'est compliqué. »

EJG : Le Covid a-t-il eu un fort impact sur le recrutement ?

J. S. : « Énorme ! Les recrutements ont été gelés, même si on a quand même fait quelques gros recrutements : départs en retraite, maladie, etc. mais au lieu d'en faire 10, on en a fait 2. Depuis, c'est reparti en fonction des annonces, progressivement l'été dernier, avec une très nette reprise fin d'année 2021. Ça s'est calmé avec la guerre en Ukraine et là ça repart. Le recrutement, c'est assez cyclique. Les budgets ont été faits en octobre, jusqu'à mi-juillet, les recrutements vont s'accélérer parce que les entreprises veulent des cadres prêts pour la rentrée. »

EJG : La montée en puissance du bio a-t-elle aussi un impact sur votre activité ?

J. S. : « Oui et non… Là par exemple, sur un poste de chef de culture en Bourgogne, on nous demande une personne avec une forte sensibilité au bio. On le rajoute dans le brief client, mais ça n'a pas un impact énorme. C'est le candidat qui s'adapte au besoin du client. Si le client dit « on est en conversion bio », on va trouver des candidats qui ont une sensibilité, mais ce n'est pas un frein, vous pouvez avoir travaillé dans une propriété pas du tout bio et postuler pour faire cette conversion dans votre job. »

EJG : Quelles sont les formations les plus demandées ?

J. S. : « Les WSET (Wine & Spirit Education Trust, NDLR.) niveaux 1, 2, 3, 4 sont très en vogue. Il y a aussi les masters, de Kedge et l'Inseec à Bordeaux, à Dijon aussi… on a beaucoup de candidatures. Le vin est vraiment un secteur hyper attractif, on a des profils qui ne sont pas du tout de ce milieu et qui

○○○

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4868403600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

veulent venir travailler dans le vin. Des gens qui viennent du secteur du luxe ou de l'agro-alimentaire. »

EJG : Comment trouvez-vous vos candidats ?

J. S. : « On a un gros réseau, une grosse base de données. En tant que cabinet de recrutement spécialisé dans le vin, on reçoit spontanément 5 000 candidatures par an. On a ce vivier de candidats très important, et on utilise notre réseau et le réseau de notre réseau. On va aussi utiliser les différents jobboards : Linkedin, Cadremploi, l'Apec... On peut faire de la chasse pure et dure, approcher des candidats dans les entreprises. »

EJG : Comment développez-vous votre réseau ?

J. S. : « Déjà en étant très présents sur les différents salons, sur internet, les réseaux, le téléphone : on prospecte, on se déplace très régulièrement. Le réseau se fait dans les deux sens : on est aussi très sollicités. C'est un job passionnant. On découvre des histoires différentes à chaque fois, et parfois atypiques. Peu de recrutements passent par les cabinets, la grande majorité se fait via Linkedin, Cadremploi, Apec, Vitijob, ou par réseau. Quand vous faites appel à un cabinet de chasse, c'est que le job est très difficile à pourvoir. C'est chronophage le recrutement, il faut trouver les candidats, les rencontrer, les relancer... les candidats, il y en a partout, mais les bons candidats, il y en a tout de suite un peu moins. On a un énorme rôle de conseil. On a beaucoup moins de postes que de candidats, donc on a ce rôle vraiment primordial de conseil, et il ne faut pas se planter. On a aussi le rôle de conseil en organisation : par exemple on va conseiller des boîtes en hypercroissance sur leur organisation, notre force c'est d'avoir un benchmark de boîtes dans différents domaines et secteurs, on sait ce qui fonctionne globalement. »

EJG : Vous intervenez sur un secteur très spécifique ?

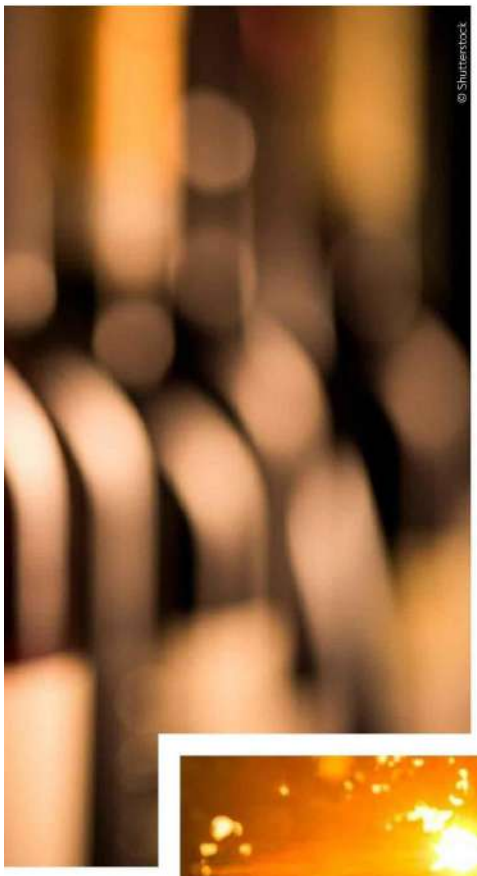
J. S. : « On recrute sur tous les types de postes, par capillarité, quand vous placez un DG, il va vous rappeler le jour où il recherchera son responsable œnologique ou son acheteur. Mais on est principalement sollicités sur les postes de direction, de responsable, de commerciaux, direction technique, contrôleur de gestion, DAF, secrétaire général... On a des clients plutôt premium mais aussi des petites propriétés sur des fonctions difficiles à trouver. Le recrutement ça coûte cher, mais on peut tout de même être appelés. On est flexibles. »

EJG : La rémunération est-elle toujours le principal argument ?

J. S. : « Pas que, mais forcément c'est un gros argument. On a constaté après le Covid que l'argent passe après la recherche de sens. Mais ça reste dans le top 3 ! Ce qui prime, c'est le bien-être au boulot, la proximité avec son domicile, sa famille, ses amis, on le constate de plus en plus. Or on voit que pour les jeunes générations, c'est primordial, comme les questions environnementales. »

« On est très sensible à l'environnement macro-économique, dès qu'il y a un problème sur le marché, on sent la peur du recruteur »

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



INTERVIEW

GIRONDE ACTU

LA FILIÈRE VITI-VINICOLE EN CHIFFRES

Plus grand vignoble de France avec 115 000 ha, le Bordelais compte 3 600 exploitations viticoles et 45 500 salariés, soit 17 650 emplois à temps plein. Au cours de l'année 2021, près de 52 000 embauches ont été réalisées. 9 embauches sur 10 se font sur un CDD de moins d'un mois, et septembre concentre un quart de ces recrutements. Les embauches dans les activités de commerce, entreposage, emballage de bois concernent davantage les emplois longs : 36 % de CDI. En 2021, Pôle Emploi a enregistré 3 800 offres liées à la viti-viniculture à temps complet, dont plus de la moitié en CDD. Fin décembre, 6 150 demandeurs d'emploi recherchent un travail dans ce secteur, dont 90 % dans la viticulture.

(source Pôle Emploi)

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

AVEC MANIFEST, JÄGERMEISTER SIGNE UNE NOUVELLE LIQUEUR DE LÉGENDE

Icône des soirées les plus branchées, Jägermeister réaffirme en ce début d'année son identité singulière avec le lancement de sa nouveauté, Manifest. Réinventant sans cesse ses propres règles, la marque s'adresse cette fois aux amateurs de spiritueux qui, aux shots glacés des nuits électro, préfèrent l'ambiance feutrée de bars « speakeasy ». Manifest inscrit ainsi Jägermeister dans un nouveau récit, celui d'une dégustation qui laisse place aux sens. En constante évolution, Manifest révèlera ses différentes facettes à l'odorat comme au goût, qu'elle soit versée dans un tumbler ou dans un verre tulipe. Cette liqueur aux herbes, travaillée comme un spiritueux, se fait la promesse d'une expérience gustative résolument unique à chaque dégustation. Des saveurs inédites pour une boisson qui s'affirme d'ores et déjà comme l'expression ultime de Jägermeister.

MANIFEST, L'ÉCRITURE D'UNE NOUVELLE LÉGENDE

Pour donner naissance à Manifest, sa nouvelle création, la marque à la tête de cerf n'a pas hésité à réécrire ses propres règles, transformant son processus d'assemblage et de fabrication afin d'aboutir à un nouvel « original » : un goût à la fois familier et unique, entre héritage centenaire et esprit transgressif.

Indissociable de l'histoire de Jägermeister, Manifest s'inscrit en revanche dans une nouvelle temporalité : cette liqueur a été spécifiquement imaginée pour ceux qui apprécient les efforts d'un long processus de maturation artisanal.

S'inspirant de l'élixir original de la marque allemande, Manifest tire son originalité d'une sélection supplémentaire de plantes d'exception et d'une cinquième macération. Sans rien dévoiler des secrets de sa fabrication, on peut toutefois révéler un processus de maturation en deux temps et un vieillissement de 15 mois en petits fûts de chêne qui confère à la liqueur de légères notes boisées en fin de bouche.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

L'ÉLIXIR DE CEUX QUI SAVENT GOÛTER LA SAVEUR DU TEMPS

Raffiné, minutieux, ce spiritueux se savoure avec délectation et modération, à la manière d'un excellent whisky ou d'un très bon cognac. Au fil des dégustations, l'expérience sensorielle est sans cesse renouvelée. Épicé, sucré, amer, herbacé... Différents profils aromatiques se dégagent, créant la surprise à chaque gorgée.

Ainsi, alors que Jägermeister accompagne les soirées irrévérencieuses d'une jeune génération vivant à cent à l'heure, adepte de shots glacés festifs et de musique électro, Manifest s'adresse à un public plus averti. Ce dernier dégustera cet élixir en prenant le temps d'en goûter chaque saveur. Servi sec, légèrement frais ou en long drink avec du ginger ale, Manifest pourra aussi s'apprécier en cocktail, s'alliant à des boissons élégantes et raffinées, tel le cognac Meukow.

UNE DISTRIBUTION SÉLECTIVE

Manifest s'affirme comme l'expression ultime de la marque iconique. C'est donc tout naturellement que cette nouveauté Jägermeister bénéficie d'une distribution sélective. En avril, elle a fait l'objet d'un lancement en avant-première dans le réseau des cavistes Nicolas.

La nouvelle référence sera également proposée dans les établissements aux éclairages tamisés et aux ambiances feutrées : bars à cocktails et restaurants haut de gamme. Enfin, idéale pour conclure un agréable repas entre amis à la maison, elle est aussi disponible sur le site web de la marque : https://www.jagermeister.com/fr-FR/ou- acheter-jagermeister

UN SPIRITUEUX ANCRÉ DANS UN HÉRITAGE CENTENAIRE

Avec Manifest, Jägermeister réaffirme son goût pour la transgression et les saveurs inexplorées. La nouvelle liqueur s'inscrit en ligne avec l'héritage de la marque et sa capacité exceptionnelle à croiser les tendances de son époque. Des parties de chasse du siècle dernier à la musique électro contemporaine jusqu'à l'univers cosy des bars confidentiels, Jägermeister dessine, au fil des années, le chemin audacieux d'une rencontre sans cesse renouvelée entre tradition et innovation.

En créant Manifest, Jägermeister écrit ainsi une nouvelle page de son histoire, et entend plus que jamais accompagner les fidèles de la marque tout au long de leurs expériences de dégustation.

MANIFEST

PMC : entre 28 et 30 €

Format : 50 cl (38° d'alcool)

Disponibilité : mai 2022

À propos de Major ISD

Fondée en 1989, Major ISD (International Spirits Distribution) est une société française basée à Cognac, au coeur de la Charente, célèbre région viticole. Spécialisée dans la production, l'importation et la distribution, elle est le distributeur exclusif de la marque Jägermeister sur le marché français.

www.jagermeister.com/fr-FR

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 »

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

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

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Le Point

www.lepoint.fr

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**
Audience : **6678802**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

19 Mai 2022
Journalistes : **Jacques Dupont**
Nombre de mots : **6350**

Visualiser l'article

Bordeaux primeurs 2021 et livrables 2019

Deux sélections cette année : les primeurs 2021 à réserver, et des 2019 disponibles dans quelques appellations choisies pour leur bon rapport qualité/prix.

Vidéo : https://www.lepoint.fr/vin/bordeaux-primeurs-2021-et-livrables-2019--19-05-2022-2476296_581.php

Vidéo. Primeurs 2021 et livrables 2019.

La vente en primeur, le principe est simple : on achète à l'avance un vin qui est encore dans les fûts, qui sera mis en bouteille dans un ou deux ans et livré à l'acheteur quelque temps après. L'avantage réside dans le prix, en principe nettement inférieur à celui du tarif normal. C'est même devenu, ces dernières années, un jeu spéculatif. Avec la hausse continuelle des prix, ceux qui ont acquis des grands vins de très bons millésimes ont vu leur valeur grimper. Le traditionnel amateur a laissé souvent la place à des organismes spécialisés, des fonds de pension parfois qui évidemment ne se serviront jamais d'un tire-bouchon.

Mais, le revers de la médaille, c'est que Bordeaux et ses vins, même si ces crus « spéculatifs » ne représentent qu'un très faible pourcentage des volumes, sont devenus pour beaucoup des objets virtuels. Le virage vers l'export des années 2000 n'a rien arrangé vis-à-vis de la clientèle française et européenne.

Vidéo : https://www.lepoint.fr/vin/bordeaux-primeurs-2021-et-livrables-2019--19-05-2022-2476296_581.php

Vidéo. Jean-Pierre Rousseau, négociant en vin de Bordeaux et président de la société Diva.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Cependant, les vins de Bordeaux existent, on les a vus et nous en avons même bu... Des millésimes en bouteille, des vins à prix raisonnables, que l'on peut acheter en direct dans les propriétés ou sur les sites et chez les cavistes. À Bordeaux, on a une expression pour les désigner, ce sont les « livrables ». Cela a au moins le mérite d'être clair. Nous avons choisi le millésime 2019 dans plusieurs appellations : montagne-saint-émilion, saint-georges-saint-émilion, fronsac, graves, crus bourgeois et crus artisans du Médoc, auxquels s'ajoutent quelques médocs qui ne participent pas aux classements. 2019, assez peu dégusté jusque-là pour cause de Covid, se révèle un très bon millésime à la fois de garde et souvent déjà consommable.

L'achat en primeur, mode d'emploi

Le principe

On achète à l'avance un vin qui n'est pas encore en bouteille.

L'intérêt

• S'assurer l'accès à des crus très demandés ou payer moins cher des vins qui, normalement, seront vendus à la hausse une fois embouteillés.

• Constituer sa cave en retenant des vins qui seront livrés plus tard, dans un an ou dix-huit mois. L'avantage réside dans le prix, en principe nettement inférieur à celui du tarif normal.

Où acheter

• À la propriété Signalé ici par @.

• À côté de chez soi. Certains cavistes proposent des vins en primeur.

• Chez un négociant spécialisé. En voici quelques-uns, avec leur site Internet. N'hésitez pas à comparer les prix.

Bordeaux Rive Droite, 05.57.55.00.50, www.bordeaux-rive-droite.com.

Borie Manoux, 05.56.00.00.70, www.borie-manoux.com.

La Cave Dourthe, 06.33.98.61.17, www.lacavedourthe.com.

La Cave d'Ulysse, 05.57.88.79.94, www.caveulysse.com.

Duclot, 05.56.43.96.63, www.chateauprimeur.com.

Chateaunet, www.chateaunet.com.

Diva, 05.56.69.62.30, www.divawine.com.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Grands Crus Diffusion, 05.56.32.08.20, www.mondovino.com.

Grands vins français, 05.57.55.27.20, www.gvf.fr.

IDealwine, 01.56.05.86.10, www.idealwine.com.

Jean-Christophe Estève, Sovinat,

05.47.22.33.08, sovinat@sovinat.com.

La Grande Cave, 05.57.97.07.60, www.lagrandecave.fr.

Maison Barrière Frères, 05.57.88.85.95, www.vinsfins.com.

Maison F. Dubecq, 05.56.92.09.16, www.dubecq.com.

Millésima, 05.57.80.88.08, www.millesima.fr.

Nicolas, 01.41.73.81.81, www.nicolas.com.

Nath Johnston & Fils, 05.57.10.20.80, www.nath-johnston.com.

Le Repaire de Bacchus, 01.72.63.68.48, www.lerepairedebacchus.com.

Ventealapropriete.com, 03.85.20.97.30, www.ventealapropriete.com.

La Vinothèque de Bordeaux, 05.56.52.32.05, www.vinotheque-bordeaux.com.

Wineandco, 0.800.10.00.20, www.wineandco.com.

Retrouvez toute l'actualité viticole et nos dossiers spéciaux

Le moteur de recherche de notre sélection

La dégustation

Millésime 2021

Les crus commentés et notés ici ont été dégustés du 28 mars au 16 avril 2022. Il s'agit de vins « adolescents » ou, comme on dit davantage à Bordeaux, en cours d'élevage, c'est-à-dire encore dans les fûts, où ils demeureront entre douze et vingt-quatre mois. Il s'agit donc d'une indication pour l'achat primeur, d'une photo d'enfance et non de commentaires et jugements définitifs. Les vins sont notés sur 20 dans le cadre du millésime.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Les qualités du millésime. Une année épuisante pour les producteurs, qui ont subi un gel de printemps début avril, de fortes pluies fin juin, un été sec et froid, sauvé par un mois de septembre correct et une première quinzaine d'octobre sous le soleil.

Les réussites. Millésime très difficile pour le cépage merlot, victime du mildiou et d'une certaine dilution. Les cabernets (sauvignon et franc), plus tardifs, ont bien profité de l'arrière-saison. Ils forment les pivots du millésime. Peu d'alcool, de la fraîcheur, un millésime d'avant le réchauffement climatique.

Millésime 2019

Ce n'était pourtant pas très bien parti. Un hiver plutôt sec quand on attend la pluie... Un mois d'avril froid quand les bourgeons sortent avec en plus une période de gel... Un mois de juin pluvieux au moment de la fleur, quand il faudrait du soleil ! Puis le beau temps s'installe fin juin, avec de fortes chaleurs. Des orages fin juillet et une pluie assez abondante mi-août relancent la vigne. Les averses à partir du 20 septembre se révèlent bénéfiques pour achever le travail de maturité. À l'arrivée, un vin assez solaire, ouvert, parfumé, moins « carré que 2018 », des tanins soyeux. Il complète avec beaucoup d'élégance le trio « grands millésimes » : 2018, 2019, 2020.

CASTELNICOLAS2 - CISION 363326601

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

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

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Du 20 au 26 mai 2022**
P.7-7
Journalistes : **Nathalie Costa**
Nombre de mots : **434**

DISTRIBUTION

Panorama mondial du e-commerce des vins

MONDE

Selon un panorama réalisé par le cabinet Vertone, en France, 11% des ventes de vin s'effectueraient en ligne. Elles sont d'abord réalisées par des *pure players* spécialistes (40%) comme Millésima, Le Petit Ballon, Vinatis ou Vente à la Propriété, suivis de près (38%) par les sites et les drives des grandes surfaces. Derrière ces deux poids lourds, on trouve les sites généralistes (Cdiscount, Amazon, Veepee...), estimés à 17% de PDM, puis à hauteur de 3%, les sites de cavistes comme Nicolas et Lavinia, et à 2% des sites de vente directe ou de mises en relation directe comme Twil ou Les Grappes.

En Grande-Bretagne où l'e-commerce détiendrait également 11% de PDM des ventes de vin, la vente en ligne est dominée (57%) par les grandes surfaces alimentaires et les cavistes omnicanaux comme Majestic, loin devant les *pure players* spécialisés comme Vivino (28%) et les *pure players* généralistes et opérateurs du *quick commerce* (11%). La vente directe y pèserait néanmoins 4% malgré les difficultés liées à l'exportation. En Allemagne, les ventes de vins *on line* détiendraient 9% de PDM. Elles sont dominées à 60% par les sites généralistes, suivis à hauteur de 24% par les sites spécialisés, les cavistes et la grande distribution se partageant 12% de PDM. En Belgique, la PDM de l'e-commerce dans les ventes de vin descend à 6%, soit un peu mieux qu'en Italie où elle n'est estimée qu'à 4%.

Au grand export, le pays où l'e-commerce de vin est le plus développé est la Chine avec une PDM de 30%, un marché dominé par les sites généralistes, plus particulièrement Taobao, JD et Tmall, les sites spécialisés se contentant de 3% de PDM. Comparativement, la PDM de l'e-commerce dans les ventes de vin est de 7,5% au Japon – un marché dominé par les *pure players* généralistes (64% de PDM), suivis de la GD et des cavistes omnicanaux (28%), puis des sites spécialisés (8%) – et de 9% en Australie où, à l'inverse, les sites spécialisés dominent le marché (58% de PDM), devant la GD et les cavistes omnicanaux (32%), les sites généralistes devant se contenter de 7% de PDM.

Les États-Unis constituent un cas particulier en raison de l'impact de la législation du *three-tier system* et des règles différentes d'un État à l'autre. En conséquence, la PDM du e-commerce dans le vin (4%) est nettement plus faible que dans les autres produits et s'avère dominée par la vente directe (39%), suivie par la GD et les cavistes omnicanaux tels que Total Wine & More (29%). ■

Nathalie Costa

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

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

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Du 20 au 26 mai 2022**
P.11
Journalistes : **Thomas Gueller**
Nombre de mots : **132**

Nicolas parraine 3 films cette année

COMMUNICATION

La chaîne de cavistes Nicolas parraine 3 films cette année, à commencer par *Le Petit Nicolas*, film d'animation en lice au Festival de Cannes et où l'enseigne est citée à deux reprises. Les deux autres films sont *Champagne !* de Nicolas Vanier et *La Dégustation* d'Ivan Calbérac. « *Notre partenariat consiste essentiellement en un échange puisque nous leur donnons de la visibilité sur les 600 écrans installés dans nos 507 boutiques en France et promouvons ces films dans nos newsletters. En contrepartie, la production nous fournit des places pour animer notre club de fidélité*, explique Christopher Hermelin, directeur marketing et communication. *Dans le cas de* La Dégustation, *nous allons même participer aux 150 avant-premières en organisant des dégustations animées par nos cavistes.* » ■ **Thomas Gueller**

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Valeurs actuelles

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **897000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **Du 26 mai au 1er juin 2022 P.71-73**

Journalistes : **Bernard Burtschy**

Nombre de mots : **1058**

ART DE VIVRE

Rosés de Provence, à la conquête du monde

Les rosés de Provence se sont inventé une identité plus qualitative et reconnaissable, arborant un joli rose très pâle. Et le succès ne s'est pas fait attendre. Découvrez notre sélection, à déguster avec modération.

Par Bernard Burtschy

Pendant longtemps, le vin rosé n'avait pas vraiment d'existence et il était l'objet de tous les sarcasmes de la part des amateurs de vins. Contrairement aux vins blancs et rouges, le rosé n'avait pas de teinte bien définie, sa palette de couleurs variant de l'eau de rose au magenta foncé en passant par toutes les nuances de pêche, de saumon et même de mauve. Difficile dans ces conditions de se forger une identité.

Il a fallu attendre 1999 et les travaux du Centre du rosé à Vidauban, dans le Var, pour régler cet épineux problème. Sous l'impulsion de son génial directeur, Gilles Masson, le vin rosé a commencé par définir sa couleur à la fois par des études de marché et par la faisabilité technique dans les chais. Ainsi est né ce rosé très pâle à la robe brillante qui identifie au premier coup d'œil le rosé de Provence.

Côté technique s'impose le rosé de pressurage, qui consiste à presser suffisamment le raisin noir pour en faire sortir les pigments rouges et engendrer cette couleur très pâle. Pour la petite histoire, la plupart des rosés de France sont élaborés par une autre méthode, la saignée, qui est la méthode d'élaboration des vins rouges. Les peaux des raisins rouges colorent au fur et à mesure le jus du raisin qui est blanc en passant par tous les stades jusqu'au vin rouge. Il suffit d'interrompre cette macération en "saignant" la cuve pour obtenir la couleur choisie, d'où la palette diversifiée des rosés.

Parallèlement, les recherches ont aussi redéfini le style du vin, de ses arômes et même les mots pour la description en les mettant au goût du jour. Côté couleur, fini la ringarde pelure d'oignon, place au pomelo et à la framboise. Pour les arômes, les agrumes sont à la mode avec le pamplemousse rose ou encore la pêche blanche, mais le bonbon anglais est devenu suranné.

La percée du rosé

Pour la première fois, un vin en France a été élaboré selon le goût du consommateur et le succès n'a pas tardé à venir. En vingt-cinq ans, la consommation française de rosé a triplé. De ringard, le vin rosé est devenu à la mode. Les grandes marques du luxe s'installent en Provence, tout comme les stars.

Le vin rosé correspond parfaitement à l'évolution des tendances de consommation avec des repas moins structurés, une gastronomie plus simple et plus diversifiée, la cuisine du monde se retrouve dans l'assiette. La recherche de la légèreté et de la fraîcheur devient une obsession. Le Centre du rosé a su bien anticiper cette tendance, voire en partie la créer.

Après avoir effectué sa brèche en France, le rosé de Provence est parti à la conquête du monde. Si les Français sont les plus gros consommateurs de rosé au monde, la consommation mondiale augmente aussi régulièrement ; le vin rosé représente environ 10 % de la consommation mondiale. Et en dix ans, les rosés de Provence s'y sont bâti une place de choix : près de 43 % de la production traverse les frontières.

Une hirondelle ne fait pas le printemps. Mais l'arrivée de grands groupes comme LVMH au château Galoupet ou encore Chanel à Porquerolles montre que l'idée est dans l'air. Mais en attendant, profitez (avec modération) de ces rosés nouveau style. ●

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1764013600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

La Chapelle Gordonne
Côtes-de-provence-pierrefeu 2021
Cette cuvée spéciale du château La Gordonne est élaborée sur un terroir schisteux. Avec ses notes de tilleul, le vin est soyeux avec une belle finale longue.
20 € chez Nicolas.

Château Galoupet
Cru classé, rosé côtes-de-provence 2021
Sous la férule de LVMH, Château Galoupet, cru classé de Provence, reprend vie en entamant sa conversion bio. Vinifié en fût, le vin joue la puissance et s'associe volontiers avec une viande blanche.
55 € chez Lavinia.

Domaine La Suffrène
Cuvée Tradition, bandol 2021
Un superbe rosé aux beaux arômes de fenouil, d'une belle densité et équilibré avec une délicate amertume en finale. Il est certifié bio.
17 €. www.domaine-la-suffrene.com

Château de Pibarnon
Rosé bandol 2020
Pibarnon ne se presse jamais pour vendre le dernier millésime, car le château produit des rosés de garde. Avec deux tiers de mourvèdre issu d'une saignée et un tiers de cinsault vinifié par pressurage, le 2020 est ample et il est taillé pour la table et pour la garde.
24 €. www.maisondesvins-bandol.com

Château Sainte Roseline
Cru classé La Chapelle, côtes-de-provence 2021
Ce rosé haut de gamme est créé avec 90 % de mourvèdre, ce qui lui donne une tenue exceptionnelle, d'autant qu'il est vinifié pour moitié en cuves en bois. Il est destiné à la haute gastronomie.
26,90 €. www.boutique-sainte-roseline.com

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1764013600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Valeurs actuelles

Rosés de Provence, à la conquête du monde

Edition : **Du 26 mai au 1er juin 2022 P.71-73**

Domaine La Courtade
Les Terrasses de La Courtade, côtes-de-provence 2021
Établi sur l'île de Porquerolles depuis 1983, le domaine La Courtade a entamé sa conversion bio très tôt et est certifié dès 1997. Issu de sols de schiste, ce rosé à l'encépagement complexe est d'une grande profondeur avec une touche saline qui est sa signature.
16 €. www.lacourtade.com

Château Mentone
Rosé 1033 2020
Cette cuvée spéciale du château Mentone fait la part belle à la syrah sur de vieilles vignes de plus de soixante ans. Il en résulte un rosé corsé et boisé qui le destine à la gastronomie.
30 €. www.chateaumentone.com

Château Maïme
Cuvée Héritage rosé, côtes-de-provence 2021
Avec grenache et cinsault à parts égales et une pointe de syrah, ce rosé se présente avec des notes d'agrumes et une bouche ample et généreuse qui porte bien son nom.
16,80 €. www.chateau-maime.com

Figuière
Première rosé, côtes-de-provence 2021
Après une carrière à Chablis, Alain Combard a fondé ce domaine modèle en 1992. Trente ans plus tard, Figuière est au sommet avec ce beau rosé ample et croquant dominé par la fraise.
15,90 €. www.figuiere-provence.com

Château La Calisse
Coteaux-varois-en-provence 2021
Pionnière dans les rosés aux robes pâles, Patricia Ortelli élabore avec syrah et grenache un rosé plein de fraîcheur et de vivacité. Il est certifié bio.
24 €. www.chateau-la-calisse.fr

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1764013600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LE MONDE DE L'EPICERIE FINE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Bimestrielle**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Mai - juin 2022 P.48-54**
Journalistes : **Guy Leray**
Nombre de mots : **2562**

BOISSONS

APÉRITIFS & COCKTAILS SANS ALCOOL

ZÉRO DEGRÉ, 100 % TENDANCE

Le goût de l'alcool mais sans l'alcool, voilà peut-être la nouvelle formule gagnante dans l'univers des boissons. Porté par l'innovation, c'est sur l'axe haut de gamme que ce mouvement donne sa vraie mesure, contenu et contenant inclus. De grands groupes s'y investissent, les start-up aussi. Une dynamique qui bouscule les ex-codes du 0° et qui attire de plus en plus de consommateurs.

"Mocktail", "nolow" ou "nolo", "spirit free" voire "free" tout court : les anglicismes allant toujours bon train dans les pratiques du marketing, ce sont là des termes auxquels vont devoir désormais se familiariser les détaillants de boissons. "Mocktail" pour "cocktail sans alcool"[1], "nolow" pour "sans alcool" (no) ou à faible teneur en alcool (low), "free spirit" pour "0°" et derrière ces mots, un courant de consommation qui explose véritablement depuis quatre ou cinq ans, croissance annuelle moyenne de + 30 % à la clé. Avec en perspective, les études l'affirment, des progressions annoncées d'une même ampleur d'ici (au moins) à 2024.

DE SIMPLE SUBSTITUT À VÉRITABLE ALTERNATIVE

L'apéritif sans alcool, puisque c'est de cela qu'il s'agit, n'est pas une nouveauté en soi, ne serait-ce que dans les circuits GMS. Dans les années 1980-1990, globalement concentrées autour des saveurs les plus convenues (anis, vermouth, bitter...), quelques marques phares assuraient déjà le job auprès des abstèmes : Blancart, Palermo, Mister Cocktail, San Pellegrino, Venezzio, Pacific surtout, la plus percutante du paysage d'alors côté communication.

Ce qui se passe actuellement relève d'une tout autre nature et se pare dans le même temps d'un tout autre statut. Car l'apéritif sans alcool, qui ne remplissait hier qu'un rôle de substitut, est devenu aujourd'hui un concept produit à part entière avec des codes, une image, une créativité, une largeur de gamme et une palette de goûts, des plus simples aux plus complexes, qui n'ont plus rien à envier sur le fond à celle des spiritueux stricto sensu. Et c'est justement tout cela réuni qui séduit un public de plus en plus large : "Avant, personne n'osait vraiment afficher sa consommation de sans alcool mais désormais les gens la revendiquent sans aucun complexe, constate Jean-Philippe Braud, fondateur inspiré en 2019 du site marchand Gueule de Joie, 100 % dédié à cette tendance[2]. C'est même devenu un moyen de se distinguer et d'affirmer sa personnalité. Notre cœur de clientèle est constitué de gens qui ont déjà un rapport à l'alcool, âge moyen 35 - 45 ans, mais qui ont aussi envie de passer à autre chose. Le courant d'innovation actuel et la qualité même de cette innovation suscitent d'autant plus d'intérêt qu'il y a derrière certains produits, la promesse d'expériences gustatives inédites. La demande est réelle et si elle reste aussi bien accompagnée, je fais le pari d'une tendance durable." Valérie de Sutter, créatrice en 2020 de la déjà très réputée société JNPR Spirits, abonde en ce sens : "Nos clients sont des épicuriens à part entière qui apprécient le rituel de l'apéritif mais qui ne veulent plus consommer systématiquement de l'alcool. Nous avons su apporter à nos produits un raffinement et une sophistication qui annihilent totalement le côté un peu honteux qu'on a pu avoir par le passé vis-à-vis de cette consommation. Elle est désormais pleinement assumée."

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

UN SUJET QUI ATTIRE LE MONDE...

La crise sanitaire, la sensibilité croissante à un mode de vie plus sain, les nouveaux réflexes alimentaires créés dans ce sillage, la vague porteuse de la mixologie ainsi que des opérations très médiatisées comme le Dry January sont autant de leviers qui favorisent de fait la montée en puissance du mouvement "nolo". Normal dès lors de voir qu'il intéresse de plus en plus de monde. Du côté des consommateurs pour commencer, comme on le souligne à Paris chez Drinks&Co. Ouvert en décembre 2020 sous l'égide de Pernod Ricard, ce concept store a accordé d'entrée de jeu une place significative à ceux que l'on nomme ici "les spiritueux alternatifs" avec une quarantaine de références à l'appui implantées entre le rayon des apéritifs classiques et celui du gin. Pour Pauline de Pins, directrice marketing de l'enseigne, les premiers enseignements sont déjà tombés : "La cible de ces produits reste certes assez féminine, mais le profil de nos acheteurs est beaucoup plus large qu'on le croyait initialement. Les hommes y viennent, la jeune génération plus encore. Le sans alcool se révèle donc être une source de recrutement indéniable, et c'est une tendance de fond que l'on ne peut plus ignorer."

Jean-Philippe Braud, fondateur de Gueule de Joie.

Cela fait également bouger les fabricants de spiritueux, avec notamment des multinationales qui prennent tour à tour place dans le trafic. Au-delà de la déclinaison 0° de marques comme les gins Tanqueray ou Gordon's, le n° 1 mondial Diageo a ainsi eu le nez fin dès 2019 en rachetant Seedlip, marque pionnière du sans alcool créée quatre ans plus tôt par Ben Branson, entrepreneur anglais passionné de distillation mais... non-buveur. Pernod Ricard, dauphin de Diageo à l'échelle mondiale, s'adresse aussi à ceux qu'on appelle les "sober curious"[3] avec, outre la Suze 0°, le vrai faux whisky Celtic Soul et plus récemment, le gin sans alcool Ceder's. Idem avec la marque Atopia pour l'écossais William Grant & Sons, maison mère des whiskies stars Glenfiddich et Grant's ; ou pour Bacardi avec les déclinaisons 0° de Martini (Floreale, Vibrante) et depuis janvier 2022 avec les cocktails Palette (Roots, Bold), élaborés à partir de racines de gentiane, de baies de genièvre, de muscade, de cannelle et de gingembre.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

L'équipe Ousia : Guillaume Vilain, Stella Bouquet et Gonzague Depondt.

Mais si les grands groupes entrent opportunément dans la partie, ce sont les start-up étrangères et françaises qui, en termes d'animation, donnent à ce néomarché son vrai tempo et lui apportent ses lettres de noblesse. Point commun à la plupart des démarches : un positionnement résolument premium, contenu et contenant inclus, pour un prix de vente public qui se situe rarement sous la barre des 25 €. L'image un peu cheap du sans alcool de papa a vécu.

REPÈRES

29 % des Français disent consommer des vins et spiritueux sans alcool ou à teneur réduite en alcool (+ 2 points versus 2021)

44 % des 18 - 25 ans en consomment (+ 4 points).

14 % dans la tranche 50 - 60 ans.

46 % sont également des consommateurs de vins et spiritueux avec alcool.

Réduire sa consommation d'alcool (40 % de citations) est la première motivation des consommateurs de vins et spiritueux sans alcool, hommes et femmes confondus, devant l'attention à la santé (38 %), le goût (33 %) et la faible teneur calorique (20 %).

41 % des hommes en consomment avant tout pour le goût.

45 % des femmes en consomment avant tout pour la santé.

Source : Baromètre 2022, Sowine/Dynata.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

LES NOUVEAUX TERRITOIRES DU SANS ALCOOL

Créée en Australie en 2019 par le jeune entrepreneur Mark Livings, distribuée en France depuis l'été 2021 par la société bordelaise BBC Spirits mais d'ores et déjà présente dans une quarantaine de pays, la marque Lyre's synthétise les multiples atouts du 0° new-look : une gamme large de quatorze variétés[4] s'inspirant des saveurs des grands alcools classiques ou de cocktails tels que gin, whisky, rhum, vermouth, mojito, spritz ou encore absinthe, des arômes qui évoquent avec précision les référents originaux, une composition qui s'appuie sur des essences et des ingrédients naturels, un flaconnage et un habillage sophistiqués qui n'ont rien à envier aux spiritueux traditionnels, et ce avec des codes qui "parlent" à la nouvelle génération. Pour Guillaume Gerchenzon, directeur commercial France de BBC Spirits, la copie marketing est parfaite : "Lyre's est le produit multicible par excellence. En proposant une alternative à l'alcool, nous avons créé une demande où chacun peut se retrouver : buveur ou non buveur, jeune ou moins jeune, homme ou femme. Le vrai pôle de développement dès lors, ce sont les 'switchers', des gens qui passent de l'un à l'autre. Nos vrais concurrents sont les marques d'alcool, pas de sans alcool." En France, marché européen annoncé le plus prometteur, l'affaire est bien partie avec le cap des 10 000 caisses (x 9 bouteilles) atteint en seulement six à sept mois de présence : "Nicolas, Metro, les cavistes et les bars où nous sommes entrés sont tous convaincus : une tendance de fond est là et 2022 va le confirmer."

Martin Chassagne, directeur France de Gimber.

Autre poids lourd international avec quelque 25 pays au compteur, Gimber illustre pour sa part les nouveaux territoires gustatifs du sans alcool premium. Lancée officiellement en Belgique au début 2018 par Dimitri

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Oosterlynck, véritable alchimiste en herbe, la marque a en effet le gingembre bio comme point d'ancrage : à hauteur de 38 % dans la formule du produit originel, de 41 % dans Gimber Brut. Cette approche novatrice a ouvert le champ des possibles comme le souligne Martin Chassagne, DG de la filiale française : "Les caractéristiques du gingembre sont transmises avec une intensité et une longueur en bouche uniques dans

Laura Falque et Marion Lebeau, Osco.

l'univers du sans alcool, tout en préservant une grande finesse au palais. La naturalité, la haute qualité et l'originalité propres à Gimber, sa polyvalence en termes de consommation – avec de l'eau pétillante, en cocktail, en usage culinaire –, son packaging contemporain et élégant, tout cela nous a clairement ouvert des portes. La crise sanitaire, elle, n'a fait qu'accélérer le développement en France." Après avoir pris ses marques depuis 2020 en milieu urbain, Gimber veut étendre sa présence dans les zones périurbaines et même rurales via les magasins bio, les épiceries fines et, c'est un début, les cavistes. La marque élargit dans le même temps sa gamme avec une troisième variété ultra-exotique dite Lilly (fruits de la passion, curcuma, ananas...). Success-story en cours par conséquent.

UNE CARTE À JOUER POUR LE COMMERCE INDÉPENDANT

Dans un tel contexte, le label France n'est pas en reste. On peut même dire en toute objectivité que certaines de nos start-up proposent aux concept stores, épiceries fines voire cavistes pour les plus avancées d'entre elles, une offre d'excellente facture : qualitative, inventive, "rupturiste" parfois et qui plus est, le plus

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

souvent génératrice de belles marges. Djin, Osco Drinks, JNPR (Juniper), Ousia côté cocktails, Optimae Atlantis, Nolow... autant de noms qui portent ainsi déjà haut les spécificités et la valeur de l'offre franco-française.

Osco, créée en 2021 par Laura Falque et Marion Lebeau, en est l'un des porte-drapeaux : "L'idée a été de sortir du cadre des copies d'alcools existants et d'imaginer un produit qui a la structure d'un apéritif mais qui se distingue par un goût et une complexité aromatique incomparables", explique Laura Falque. Pari réussi : l'arrivée d'Osco, premier apéritif bio fabriqué en France à partir de verjus et de plantes méridionales, a été saluée comme l'une des plus belles créations du moment, prix Épicure à la clé lors de l'édition 2021. Servi par un packaging tout aussi valorisant qu'Osco, le fond de l'air est le même pour JNPR avec cette fois les baies de genévrier (bio) comme ingrédient de base. Le tour de main et l'esprit de créativité du distillateur font le reste : coriandre, cardamome et pomme pour le n° 1 de la gamme, piment, gingembre et poivre pour le n° 2, avec dans les deux cas, une richesse voire une force de saveurs surprenantes, à découvrir via une vaste palette d'associations.

Toutes ces initiatives, toutes ces réflexions semblent en tout cas être à l'image d'un marché qui entre visiblement dans une nouvelle phase. Rien n'est joué cependant, et l'avenir dépendra aussi de la façon dont on saura faciliter l'accès et l'usage de ces produits ; nombreux sont d'ailleurs les fabricants à mettre en avant ce nécessaire travail d'éducation. Reste que la tendance sans alcool est là et bien là, et que c'est par le haut qu'elle prend sa véritable expression. Plus sans doute que le caviste indépendant qui affiche une réserve certaine à l'égard de ces produits – et pour cause, ils représentent l'antithèse de son cœur de métier[5] –, c'est et ce sera encore et toujours à l'épicerie fine de savoir la prendre en compte.

Guy Leray

[1] Contraction du verbe "mock" (imiter, parodier en français) et de "cocktail".

[2] Plus de 200 références en catalogue, dont 60 en "référent" spiritueux (en hausse non-stop), pour des ventes qui seront multipliées par deux cette année avec le cap des 300 000 bouteilles en point de mire.

[3] "Sobres curieux" en traduction littérale. Le terme a été inventé en 2018 par la Britannique Ruby Warrington, auteure de l'ouvrage éponyme qui prône la révolution du bien-être.

[4] Elle s'étoffe en 2022 avec l'arrivée de deux références de tequila et une gamme de cinq canettes en format 25 centilitres.

[5] À l'exemple de Nicolas, du Repaire de Bacchus ou de Cavavin, les réseaux de cavistes semblent en revanche beaucoup plus ouverts.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3860113600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

LES EAUX TONIQUES EN EMBUSCADE

Comme toute tendance "conso", le 0° génère dans son sillage des effets bénéfiques pour d'autres catégories de produits. Tel est le cas pour celle des eaux toniques, en plein boom aujourd'hui, en plein renouveau aussi. Il y a seulement une quinzaine d'années, un seul nom émergeait vraiment lorsqu'on parlait de tonic : Schweppes et personne d'autre. Puis, venu d'Angleterre, le projet Fever-Tree voit le jour en 2005. Charles Rolls et Tim Warrillow inventent alors le premier mixer haut de gamme du marché, sans aucun édulcorant ni conservateur ou arôme artificiel, ingrédients 100 % naturels à l'appui. On connaît la suite : dotée d'une gamme large – une quinzaine de références en incluant ginger ale, ginger beer, soda water, limonades et même cola – et produite désormais au Royaume-Uni, en Belgique et en Espagne, la marque est plébiscitée dans le monde entier par les plus grands bartenders. Rien à redire, cela relève du sans-faute.

Le fait intéressant est que le phénomène Fever-Tree ait donné des idées à d'autres, toujours et encore sur l'axe premium. En France, les initiatives se bousculent : Archibald et son tonic bio de distillerie du côté de Cognac, Leamo et Artonic dans cette même région charentaise et toujours en bio, Queen's en Alsace via les Sources de Soultzmatt, Hysope et ses "brassées botaniques" (sic) à Bordeaux... "Fever-Tree a ouvert une brèche, admet Marion Duband, cofondatrice d'Artonic en septembre 2019. Nous nous inscrivons de plain-pied sur la dynamique du sans alcool, notamment via la partie mocktails et long drinks." Distribuée par L'Explorateur du Goût chez les cavistes et épiceries fines, la gamme compte six références (sept bientôt avec un soda water) issues d'assemblages d'arômes naturels, le tout s'inscrivant dans une stratégie de valeur qui "légitimise le positionnement premium."

Trois ans d'âge également pour Hysope – du nom d'une fleur méditerranéenne aux vertus toniques – avec une démarche sensiblement identique : "Nous intervenons dans un contexte ultra-squatté par les Anglo-Saxons, explique le fondateur Meriadec Buchmuller, mais l'alternative franco-française a du sens et des vertus que d'autres n'ont pas toujours, a fortiori sur le haut de gamme. Pour preuve, la demande explosive qu'on enregistre en distribution sélective, notamment sur le ginger beer. Cela dépasse de loin le cadre de la seule tendance sans alcool." Les chiffres semblent lui donner raison : plus de 1 000 points de vente en France et un CA multiplié par six au cours de l'année 2021. À l'instar de Fever-Tree qui s'associe avec Seedlip pour la confection de nouvelles recettes, Hysope travaille de plus en plus sur l'axe mocktail au côté de JNPR. Entre l'eau tonique et l'offre apéritive 0°, le lien est donc décidément bien étroit.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Masculin.com

Il n'y a pas que les amateurs de montres et de vêtements qui peuvent faire leur shopping en ligne ! C'est aussi le cas des oenophiles, débutants ou avertis, qui peuvent acheter du très bon vin sur Internet.

Voici donc quelques bonnes adresses pour vous aider à constituer une cave de premier choix, avec des vins de tous horizons.

- Les meilleurs sites pour acheter du vin en ligne
  - Vinatis
  - Le Savour
  - Twil
  - Wine&Co
  - Cdiscount
- Les meilleures box de vin par abonnement
  - Le Petit Ballon
  - MyVitiBox
  - Trois Fois Vin
  - Les Clés de ma cave

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

- La Boit'Apéro

Les meilleurs sites pour acheter du vin en ligne

Pour les puristes, acheter son vin sur Internet est une hérésie : rien ne vaut le fait de **se déplacer chez un vigneron** pour déguster le précieux nectar, valoriser son travail et faire une transaction directe du producteur au consommateur.

Le « **petit caviste du coin**» (plutôt qu'une grande enseigne comme Nicolas) reste aussi un excellent moyen de découvrir de nouveaux vins et de bénéficier du conseil d'un expert. Mais vous allez voir que sur Internet aussi, les bonnes adresses ne manquent pas (et notre liste est loin d'être exhaustive).

Vinatis

Voici sans doute la référence du vin en ligne en France. Fondé en 2002, Vinatis revendique plus de 350 000 clients et peut se targuer d'avoir déjà été **récompensé plusieurs fois au Salon international du vin de Bordeaux**.

Véritable success-story, Vinatis s'est toujours fixé comme objectif de démocratiser le bon vin et surtout de rendre l'achat de vin en ligne aussi simple que possible. Mission accomplie si l'on en croit les chiffres du site, qui référence plus de 3800 vins venus du monde entier, et que certains présentent aujourd'hui comme « l'Amazon du vin ».
Voir la boutique Vinatis

Le Savour

Le Savour, c'est un nom historique de la vente de vin. Bien avant l'ère Internet, **Le Savour Club a vu le jour en 1964**, sous l'impulsion de Robert Decamps et Patrick Coppinger. Le principe : vendre du vin par correspondance grâce à une approche du vin simple et pédagogique.

Près d'un demi-siècle plus tard, le Savour Club est devenu Le Savour, se concentrant exclusivement sur la vente en ligne depuis 2021. Vin pas cher, bonnes bouteilles à plusieurs centaines d'euros : il y en a pour tous les goûts et tous les budgets.

Voir la boutique Le Savour

Twil

Twil, c'est tout le vin qu'on aime. C'est d'ailleurs la signification des 4 lettres de ce site, soit *The Wine I Love* en anglais. Plus qu'une simple boutique, Twil, c'est un portail dédié à tous les amoureux du vin.

On trouve sur le site de nombreuses bouteilles issues de 3500 producteurs partenaires, mais aussi un blog et des conseils pour

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

devenir un expert dans l'art de la dégustation, et apprendre à mieux accorder les mets et les vins. Mais Twil, **c'est aussi une application mobile souvent présentée comme le Shazam du vin** : scannez simplement l'étiquette pour en apprendre plus sur votre bouteille, son terroir et son producteur.

Voir la boutique Twil

Wine&Co

Créé à Bordeaux en 1999, le site Wineandco est **l'un des pionniers de la vente de vin sur Internet**. Labellisé site de confiance par la Revue du Vin de France, sa légitimité n'est plus à prouver aujourd'hui, d'autant qu'il peut compter sur une offre particulièrement riche : plus de 5000 références à la vente, des vins de toutes les régions de France (et aussi de l'étranger , un peu), mais aussi des champagnes, whiskies et autres spiritueux.

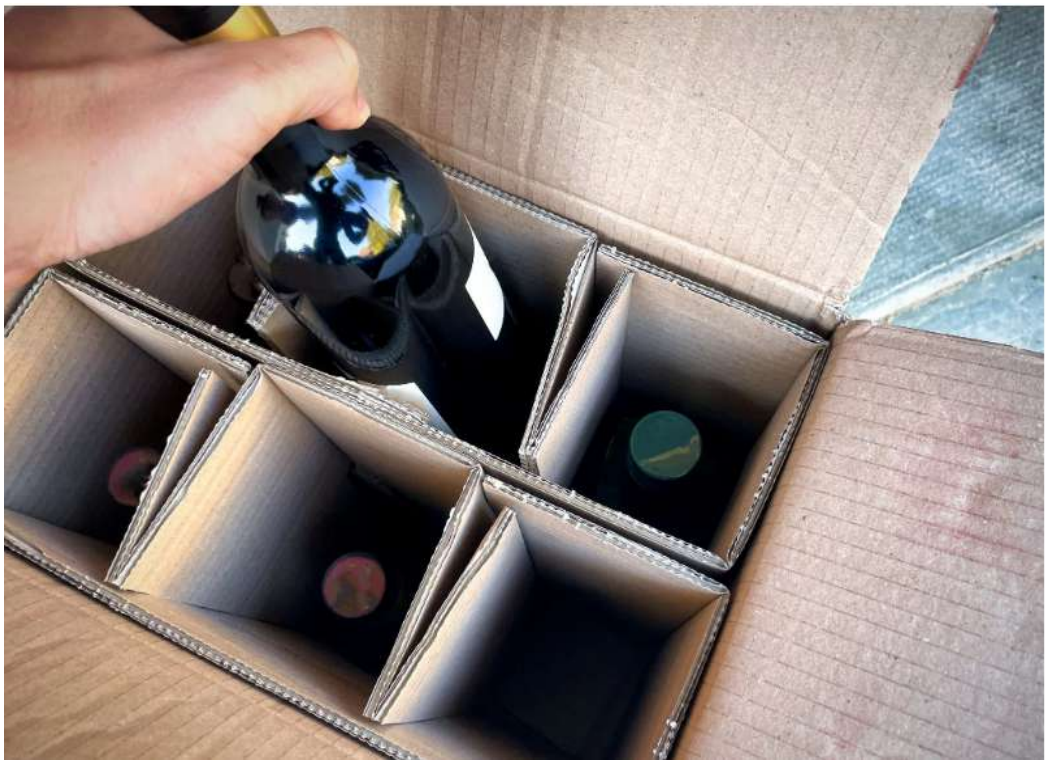
Voir la boutique WineandCo

Cdiscount

Alors, oui, on vous voit venir : sacrilège, honte sur nous, la peste soit de nos deux maisons... Mais quand on cherche à faire un stock de bouteilles, qu'on a un budget serré, l'e-shop demeure une valeur sure (et pas seulement pendant les foires aux vins).

La cave Cdiscount est très généreusement fournie et **permet souvent d'acheter son vin par lot de 6 bouteilles**. Blancs, rouges, rosés, champagnes, vins du monde, primeurs, grands crus : il y en a vraiment pour tous les goûts... Certains y verront une simple alternative au vin de supermarché, mais cette « solution de facilité » n'est pas à négliger pour autant.

CASTELNICOLAS2 - CISION 363550805
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



CASTELNICOLAS2 - CISION 363550805
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Les meilleures box de vin par abonnement

Cela fait maintenant quelques années que les box par abonnement ont la cote. Notamment pour les hommes. Chaque mois, dans sa boîte aux lettres, on peut donc recevoir des accessoires de mode aussi bien que des produits de rasage, des disques vinyles ou du fromage. Mais aussi du bon vin, à l'image de ces quelques adresses que nous avons retenues !

Le Petit Ballon

Le Petit Ballon a vu le jour en 2011 et fait donc lui aussi figure de pionnier sur le marché de la box oenologique mensuelle ! C'est **Jean-Michel Deluc, ancien Chef Sommelier du Ritz**, qui opère chaque mois une sélection de bouteilles, en fonction de votre « profil vin ».

Rouge ou blanc, fruité ou tannique, pour l'apéro ou le dessert : cet abonnement vous permettra de découvrir de nouvelles pépites adaptées parfaitement à vos goûts. Et bien sûr, vous pourrez aussi bénéficier de vrais conseils dans votre box, notamment pour savoir quoi manger avec votre boisson.

S'abonner au Petit Ballon

MyVitiBox

Après le Ritz, direction le palais de l'Elysée, où Philippe Defleur a aussi officié en tant que sommelier. Aujourd'hui, c'est dans le coffret mensuel de MyVitiBox qu'il apporte son expertise, avec deux bouteilles sélectionnées et un livret de dégustation (ainsi qu'un petit cadeau de bienvenue le premier mois).

On aime le format de la valisette en carton de MyVitiBox, ainsi que les différentes offres d'abonnement de 21 à 48€/mois.

S'abonner à MyVitiBox

Trois Fois Vin

Trois Fois Vin ne révolutionne pas le genre mais propose un concept tout aussi efficace et séduisant que les deux concurrents précédemment cités. Ici, vous pourrez déguster « des grands vins des petits domaines », avec des bouteilles issues des meilleurs artisans vignerons.

On aime justement cette façon de mettre en valeur le travail de véritables passionnés, avec une box mensuelle pouvant contenir jusqu'à 6 bouteilles !

S'abonner à Trois Fois Vin

Les Clés de ma cave

CASTELNICOLAS2 - CISION 363550805
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Trafiquant de vins vivants, goûteur effréné et chercheur de perles rares : voici un site à qui l'on a envie des confier les clés de sa cave... Ca tombe bien, car Les Clés de ma Cave propose des offres d'abonnement très intéressantes pour commencer à se constituer une belle cave.

Entre domaines à découvrir et grands crus à déguster, il y en a pour tous les goûts (mais avec un prix un peu plus élevé que les concurrents). Mention spéciale à l'abonnement Goutte à Goutte », qui permet de bénéficier d'une sélection encore plus personnalisée.

S'abonner à Les Clés de ma cave

La Boit'Apéro

On termine cette sélection avec une offre plus originale : comme son nom l'indique, La Boît'Apéro propose de recevoir chaque un coffret comprenant **non seulement du vin, mais aussi divers produits pour un apéritif gourmand** : des biscuits artisanaux, de la charcuterie, des tartinables... bref, la totale pour parfaitement accorder boisson et victuailles.

Cerise sur le gâteau : La Boît'Apéro concocte chaque mois une nouvelle playlist à découvrir, histoire de faire de votre repas un vrai moment de plaisir partagé !

Comme évoqué plus haut, cette liste ne prétend évidemment pas être complète. Nous aurions entre autres pu citer Lavinia ou 1jour1vin (spécialisé dans les ventes privées) parmi les sites de référence ou encore Chais d'Oeuvre et Abacchus pour les box de vin par abonnement. Et vous, où préférez-vous acheter votre vin ?

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé A consommer avec modération

CASTELNICOLAS2 - CISION 363550805
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Le blog de Gilles Pudlowski

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **125154**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

27 Mai 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **1561**

www.gillespudlowski.com

Visualiser l'article

Lannepax : les armagnacs façon Delord

Jérôme Delord © GP

Une leçon d'armagnac chez Delord ? Avec Jérome Delord qui représente la 4e génération présente à Lannepax depuis 1893, régnant sur 45 ha en propriété, de terres fertiles plantées en ugni blanc, colombard, folle blanche et bacco. On pratique ici la double distillation à la charentaise pour les eaux de vie jeunes et fruitées, mais toujourds la distillation traditionnelle en alambics équipés de plateaux avec « bec de signe » et « pattes d'araignées ».

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Dans les chais © GP

Les chais maison, historiques ou plus modernes, contiennent 1000 fûts, plus une douzaine de foudres en chêne français. Le long vieillissement se fait dans le bois. Les plus vieux millésimes sont conservés en bonbonnes au « paradis ». L'amour de la tradition se traduit ici dans l'empaquetage à la main des bouteilles traditionnelles cachetées à la main.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Cachetage à la main © GP

On adresse un coup de chapeau au 2003 vigoureux avec ses beaux arômes de vieux pruneau, au 1980 tendre et épanoui, au 1990 riche et boisé ainsi qu'au 1962 qui témoigne d'un bel équilibre entre fruit et bois. La maison Delord, qui mise sur le bon rapport qualité-prix, est présente dans toutes les boutiques Nicolas, notamment mises en avant et en vitrine, avec leurs jolis flacons, avec leurs caisses en bois, à Paris.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Dégustation © GP

Armagnac Delord

Rue Principale

32190 Lannepax

Tél. : 05 62 06 36 07

Horaires : 9h-12h. 14h-18h. Sam. : sur r-v.

Fermeture hebdo. : dim.

Site : www.armagnacdelord.com

CASTELNICOLAS2 - CISION 363581887

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

L'INDEPENDANT

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **3120904**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

27 Mai 2022
Journalistes : **B. M.**
Nombre de mots : **3429**

www.lindependant.fr

Visualiser l'article

L'Institut méditerranéen du liège de Vivès a planté 550 chênes-lièges à Saint-Jean-Pla-de-Corts

•

Devant l'engin conduit par l'entrepreneur Denis Borrat de Céret, Renaud Piazzetta, directeur de l'IML, met le plant dans le bras articulé.

L'Institut méditerranéen du liège (IML), en la personne de son dynamique directeur Renaud Piazzetta, vient de procéder à la plantation de 550 chênes-lièges sur une ancienne friche agricole d'un hectare, la Chênaie à Villargeil, sur la commune de Saint-Jean-Pla-de-Corts. La plantation a été particulièrement rapide grâce à la coopération de l'entreprise Denis Borrat de Céret et de l'engin qu'il conduit. Cette tarière planteuse, montée sur une mini-pelle, permet d'enfouir le plan et de l'arroser par la même occasion, en une seule opération. Renaud Piazzetta plaçait le plant avec un hydrorétenteur dans le bras de l'engin. Ensuite l'appareil forait et déposait le plant arrosé automatiquement, selon la même technique que pour les vignes.

Les jeunes plants ont été fournis par la pépinière du Conseil départemental et sont issus de glands récoltés dans les suberaies du département.

Lutte contre la sécheresse

Le boisement fera également l'objet d'un suivi expérimental par l'IML, qui teste l'utilisation de l'hydrorétenteur, ces granulés qui sont capables en se gorgeant d'eau de retenir jusqu'à 500 fois leur poids et de restituer cette eau au fil du temps pour permettre au jeune plant de passer les épisodes de sécheresse pendant ses premières années. Cette expérimentation se fait

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

dans le cadre d'un projet européen intitulé ForManRisk, qui vise à développer des techniques sylvicoles innovantes pour faire face aux effets attendus du changement climatique.

Ce boisement est financé par la Fédération française du liège (syndicat des bouchonniers français) grâce à la vente des bouchons de liège usagés récupérés par le réseau des cavistes Nicolas dans toute la France.

Une fois triturés, ces bouchons usagés servent à fabriquer des produits en liège pour le bâtiment, la décoration, l'industrie ou autres...

Après cette première opération, une autre plantation, plus vaste encore, de près de 2 hectares, est en cours sur le territoire de la commune de Brouilla. D'autres devraient intervenir dès l'automne prochain, mais pour cela l'IML est à la recherche de terrains nécessaires à cette expansion du chêne-liège.

Vivexo se prépare

À côté de cette préservation et ce développement forestier, l'IML prépare son exposition biennale Vivexpo 2022, repoussée l'an dernier du fait des mesures sanitaires qui ne permettaient pas aux spécialistes internationaux qui devaient participer de prendre des avions. Cette année les conditions sont réunies pour une manifestation d'ampleur les **jeudi 23 et vendredi 24 juin** . Centrée sur le sylvopastoralisme en suberaie, elle proposera une découverte de la suberaie avec une démonstration de levée de liège. Le colloque international sur la subériculture et le pastoralisme sera un formidable échange et des avancées sur l'utilisation du liège. Et cette journée du **samedi 24 juin** s'achèvera par la remise des prix du concours des Vins doux naturels avec dégustation et ventes pour terminer agréablement !

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

L'INDEPENDANT

Famille du média : **PQR/PQD**
(Quotidiens régionaux)

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **273000**

Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **28 mai 2022 P.18**

Journalistes : **M. B.**

Nombre de mots : **566**

Vivès

L'Institut méditerranéen du liège a planté 550 chênes-lièges

L'Institut méditerranéen du liège (IML), en la personne de son dynamique directeur Renaud Piazzetta, vient de procéder à la plantation de 550 chênes-lièges sur une ancienne friche agricole d'un hectare, la Chênaie à Villargeil, sur la commune de Saint-Jean-Pla-de-Corts. La plantation a été particulièrement rapide grâce à la coopération de l'entreprise Denis Borrat de Céret et de l'engin qu'il conduit. Cette tarière planteuse, montée sur une mini-pelle, permet d'enfouir le plan et de l'arroser par la même occasion, en une seule opération. Renaud Piazzetta plaçait le plant avec un hydrorétenteur dans le bras de l'engin. Ensuite l'appareil forait et déposait le plant arrosé automatiquement, selon la même technique que pour les vignes.
Les jeunes plants ont été fournis par la pépinière du Conseil départemental et sont issus de glands récoltés dans les suberaies du département.

Devant l'engin conduit par l'entrepreneur Denis Borrat de Céret, Renaud Piazzetta, directeur de l'IML, met le plant dans le bras articulé.

Lutte contre la sécheresse

Le boisement fera également l'objet d'un suivi expérimental par l'IML, qui teste l'utilisation de l'hydrorétenteur, ces granulés qui sont capables en se gorgeant d'eau de retenir jusqu'à 500 fois leur poids et de restituer cette eau au fil du temps pour permettre au jeune plant de passer les épisodes de sécheresse pendant ses premières années. Cette expérimentation se fait dans le cadre d'un projet européen intitulé ForManRisk, qui vise à développer des techniques sylvicoles innovantes pour faire face aux effets attendus du changement climatique.

Ce boisement est financé par la Fédération française du liège (syndicat des bouchonniers français) grâce à la vente des bouchons de liège usagés récupérés par le réseau des cavistes Nicolas dans toute la France.
Une fois triturés, ces bouchons usagés servent à fabriquer des produits en liège pour le bâtiment, la décoration, l'industrie ou autres…
Après cette première opération, une autre plantation, plus vaste encore, de près de 2 hectares, est en cours sur le territoire de la commune de Brouilla. D'autres devraient intervenir dès l'automne prochain, mais pour cela l'IML est à la recherche de terrains nécessaires à cette expansion du chêne-liège.

Vivexo se prépare

À côté de cette préservation et ce développement forestier, l'IML prépare son exposition biennale Vivexpo 2022, repoussée l'an dernier du fait des mesures sanitaires qui ne permettaient pas aux spécialistes internationaux qui devaient participer de prendre des avions. Cette année les conditions sont réunies pour une manifestation d'ampleur les **jeudi 23 et vendredi 24 juin**. Centrée sur le sylvopastoralisme en suberaie, elle proposera une découverte de la suberaie avec une démonstration de levée de liège. Le colloque international sur la subériculture et le pastoralisme sera un formidable échange et des avancées sur l'utilisation du liège. Et cette journée du **samedi 24 juin** s'achèvera par la remise des prix du concours des Vins doux naturels avec dégustation et ventes pour terminer agréablement !

M. B.

Oms

13e fête du printemps

Le **lundi 6 juin** aura lieu la fête du printemps sur le thème « Oms, hier et aujourd'hui ». Au programme, randonnée à la Calcine (inscriptions sur place à 8 h 30), marché de producteurs, école du cirque, animation musicale et balades à cheval. Ainsi que des expositions à la salle polyvalente.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6495213600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Midi Libre

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **531000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **28 mai 2022 P.18**

Journalistes : **M. B.**

Nombre de mots : **568**

Vivès

L'Institut méditerranéen du liège a planté 550 chênes-lièges

L'Institut méditerranéen du liège (IML), en la personne de son dynamique directeur Renaud Piazzetta, vient de procéder à la plantation de 550 chênes-lièges sur une ancienne friche agricole d'un hectare, la Chênaie à Villargeil, sur la commune de Saint-Jean-Pla-de-Corts. La plantation a été particulièrement rapide grâce à la coopération de l'entreprise Denis Borrat de Céret et de l'engin qu'il conduit. Cette tarière planteuse, montée sur une mini-pelle, permet d'enfouir le plan et de l'arroser par la même occasion, en une seule opération. Renaud Piazzetta plaçait le plant avec un hydrorétenteur dans le bras de l'engin. Ensuite l'appareil forait et déposait le plant arrosé automatiquement, selon la même technique que pour les vignes.
Les jeunes plants ont été fournis par la pépinière du Conseil départemental et sont issus de glands récoltés dans les suberaies du département.

Devant l'engin conduit par l'entrepreneur Denis Borrat de Céret, Renaud Piazzetta, directeur de l'IML, met le plant dans le bras articulé.

Lutte contre la sécheresse

Le boisement fera également l'objet d'un suivi expérimental par l'IML, qui teste l'utilisation de l'hydrorétenteur, ces granulés qui sont capables en se gorgeant d'eau de retenir jusqu'à 500 fois leur poids et de restituer cette eau au fil du temps pour permettre au jeune plant de passer les épisodes de sécheresse pendant ses premières années. Cette expérimentation se fait dans le cadre d'un projet européen intitulé ForManRisk, qui vise à développer des techniques sylvicoles innovantes pour faire face aux effets attendus du changement climatique.

Ce boisement est financé par la Fédération française du liège (syndicat des bouchonniers français) grâce à la vente des bouchons de liège usagés récupérés par le réseau des cavistes Nicolas dans toute la France.
Une fois triturés, ces bouchons usagés servent à fabriquer des produits en liège pour le bâtiment, la décoration, l'industrie ou autres…
Après cette première opération, une autre plantation, plus vaste encore, de près de 2 hectares, est en cours sur le territoire de la commune de Brouilla. D'autres devraient intervenir dès l'automne prochain, mais pour cela l'IML est à la recherche de terrains nécessaires à cette expansion du chêne-liège.

Vivexo se prépare

À côté de cette préservation et ce développement forestier, l'IML prépare son exposition biennale Vivexpo 2022, repoussée l'an dernier du fait des mesures sanitaires qui ne permettaient pas aux spécialistes internationaux qui devaient participer de prendre des avions. Cette année les conditions sont réunies pour une manifestation d'ampleur les **jeudi 23 et vendredi 24 juin**. Centrée sur le sylvopastoralisme en suberaie, elle proposera une découverte de la suberaie avec une démonstration de levée de liège. Le colloque international sur la subériculture et le pastoralisme sera un formidable échange et des avancées sur l'utilisation du liège. Et cette journée du **samedi 24 juin** s'achèvera par la remise des prix du concours des Vins doux naturels avec dégustation et ventes pour terminer agréablement !

M. B.

Oms

13e fête du printemps

Le **lundi 6 juin** aura lieu la fête du printemps sur le thème « Oms, hier et aujourd'hui ». Au programme, randonnée à la Calcine (inscriptions sur place à 8 h 30), marché de producteurs, école du cirque, animation musicale et balades à cheval. Ainsi que des expositions à la salle polyvalente.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4495213600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

REVUE DE PRESSE NICOLAS

JUIN

Omnicom Public Relations Group

CORPORATE

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

CAVISTES & E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Mai 2022 P.63**
Journalistes : **H. B.**
Nombre de mots : **321**

REPORTAGE

RETOURS DÉCEVANTS DE LA CONSIGNE CHEZ NICOLAS

Le 23 mai 2019, les clients de la région parisienne du réseau Nicolas étaient invités à rapporter leurs bouteilles consignées en magasin. En test dans les 320 caves d'Île-de-France du groupe, dont 160 à Paris, cette initiative, qui avait déjà donné lieu à un premier essai en octobre 2018, concernait un côtes-du-rhône villages Vaison-la-Romaine bio 2017 proposé dans une bouteille éco-conçue : verre allégé, bouchon de liège recyclable, étiquettes imprimées avec des encres végétales, papier certifié FSC. La consigne était alors de 20 centimes d'euro pour un PVC de 6,75 €.

Las ! Trois ans et une crise sanitaire plus tard, Christopher Hermelin revient sur cette opération qui, « *bien que louable* », n'a pas vraiment fait mouche avec un taux de retour inférieur à 10%. « *C'est compliqué d'expliquer à un client habitué au recyclage de rapporter ses bouteilles en magasin alors que des poubelles vertes se trouvent juste en bas de chez lui. En Allemagne où, à la différence de la France, on privilégie la réutilisation des contenants depuis plus longtemps que chez nous, cette pratique fait désormais partie des gestes du quotidien. Contrairement à leurs parents ou à leurs grands-parents, qui y étaient habitués, les nouvelles générations ne voient pas la valeur ajoutée d'une telle pratique, et ce n'est certainement pas 10 ou 20 centimes d'euro qui pourront les motiver.* »

À l'occasion de ces deux tests, Nicolas avait été jusqu'à adapter l'un de ses outils industriels en vue de la récupération des consignes. Le retour en grâce de cette pratique semblait si prometteur que même le gouvernement, sous la conduite de Brune Poirson, secrétaire d'État à la Transition Écologique, en avait fait une des mesures phares du projet de loi anti-gaspillage alors en débat en 2019. Depuis, plus rien. Idem pour les magasins Nicolas où l'on ne prévoit pas – au moins pour l'instant – de renouveler l'expérience. ■ *H.B.*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

VS NEWS

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **1107**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

3 Juin 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **1001**

www.vsnews.fr

Visualiser l'article

Nicolas parraine 3 films cette année

La chaîne d e cavistes Nicolas parraine 3 films cette année, à commencer par *Le Petit Nicolas* , film d'animation en lice au Festival de Cannes et où l' enseigne est citée à deux reprises, en particulier au travers de l'anecdote du choix du prénom du personnage qui serait lié directement à une communication de sa part. Les deux autres films sont *Champagne !* de Nicolas Vanier et *La Dégustation* d'Ivan Calbérac. « *Notre partenariat consiste essentiellement en un échange puisque nous leur donnons de la visibilité sur les 600 écrans installés dans nos 507 boutiques en France et promouvons ces films dans nos newsletters. En contrepartie, la production nous fournit des places pour animer notre club de fidélité* , explique Christopher Hermelin, directeur marketing et communication. *Dans le cas de* La Dégustation *, nous allons même participer aux 150 avant-premières en organisant des dégustations animées par nos cavistes.* »

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

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

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Du 03 au 09 juin 2022**
P.6
Journalistes : **Thomas Gueller**
Nombre de mots : **170**

Nicolas fête ses 200 ans avec 200 références

FRANCE

Née en 1822, rue Sainte-Anne à Paris, l'enseigne Nicolas fête cette année ses 200 ans. Pour l'occasion, après avoir lancé une bière et un champagne commémoratifs, elle communiquera à partir de la fin du mois de mai sur les 200 produits composant une « cave idéale », soit une sélection de vins, bières et spiritueux recouvrant tous les niveaux de prix. « *Tous les 15 jours plusieurs produits seront mis en avant sur un site dédié (www.bicentenaire.com) avec des témoignages de célébrités sur leur attachement à ces boissons*, explique Christopher Hermelin, directeur marketing et communication. *À chaque fois, un chèque-cadeau de 200 € sera offert à l'un de nos clients avec, en fin d'année, la possibilité de gagner l'intégralité de la cave. Nous n'avons demandé aucune participation aux fournisseurs, mais avons plutôt cherché à refléter notre offre globale dans toute sa diversité. D'ailleurs, la sélection a été effectuée par tous les services commerciaux, marketing comme achats* ». **Thomas Gueller**

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

www.rhmatin.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **23831**
Sujet du média : **Education-Enseignement**

3 Juin 2022
Journalistes : **Philippe Guerrier**
Nombre de mots : **925**

Visualiser l'article

Social Vidéo #UNIANDRH2022 : Sabrina Lucatelli Mottin, Responsable RH et RSE du caviste Nicolas

Lors de l'Université 2022 de l'ANDRH de Nancy, Sabrina Lucatelli Mottin, Responsable RH et RSE du caviste Nicolas, évoque les soucis actuels de recrutement.

Vidéo:
https://www.rhmatin.com/recrutement-talents/marque-employeur/sabrina-lucatelli-mottin-responsable-rh-rse-caviste-nicolas.html

Dans notre studio News Tank RH - RH Matin installé dans le cadre de l'Université 2022 de l'ANDRH, **Sabrina Lucatelli Mottin, Responsable RH et RSE du caviste Nicolas** (groupe Castel), évoque le problème de recrutement actuellement rencontré dans son métier de commerçant. Un souci qui concerne l'ensemble des secteurs d'activité professionnelle sur le marché français.

Sabrina Lucatelli Mottin aborde également les leviers utilisés pour stimuler le processus de recrutement.

« Nous avons revu notre façon d'approcher le candidat », évoque Responsable RH et RSE du caviste Nicolas.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

L'Eco austral

ecoaustral.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **5869**
Sujet du média : **Economie - Services**

7 Juin 2022
Journalistes : **Arnaud Thomelin**
Nombre de mots : **5046**

Visualiser l'article

DAVID CAILLEUX, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE COVINO : « Il faut renforcer l'investissement local »

Principal embouteilleur de vin à La Réunion et premier importateur et distributeur de vins et spiritueux, Covino est une entreprise réunionnaise historique, implantée au Port depuis 1954 et désormais filiale du groupeCastel. Entretien avec David Cailleux, directeur général de Covino depuis 2020.

« Rappelons que 67 % des volumes écoulés proviennent de notre coeur de métier historique : l'embouteillage de vin. » ©Corinne Tellier

L'Éco austral : Comment Castel-Covino a-t-elle traversé la crise de la covid ?

David Cailleux : Pour appréhender cette question, il faut rappeler que Covino dispose de trois réseaux de distribution : les GMS (grandes et moyennes surfaces), notre réseau de caves Nicolas(dont nous sommes master franchisés depuis 2000) et les CHR (cafés-hôtels-restaurants). Avec la pandémie, les confinements et les mesures restrictives, la consommation hors du domicile s'est reportée sur une consommation à domicile. Les GMS et surtout Nicolas ont profité de cet effet d'aubaine. Les caves Nicolasont notamment connu une forte hausse de fréquentation, avec une croissance du chiffre d'affaires global de plus de 25 % en 2021. Nous avons même ouvert notre neuvième cave à l'Éperon l'année dernière. Et je vous annonce l'ouverture prochaine d'un dixième Nicolas à La Réunion ! Le quinzième dans l'océan Indien...

Qu'en est-il des CHR ?

Comme je l'expliquais, la consommation s'est recentrée sur le domicile, au détriment du hors-domicile. Façon vases communicants. Pour les cafés, hôtels et restaurants, l'épisode covid a été et continue d'être très compliqué à vivre. En 2020, notre chiffre d'affaires sur le secteur a enregistré une chute de 22 % ! Mais nous sommes constamment restés au plus près de nos clients professionnels, pour les accompagner au coeur de la crise. Nos efforts ont payé puisqu'en 2021, nous avons conquis de nouveaux clients (nous en avons désormais 225 sur toute l'île) et compensé en partie les pertes affichées en 2020. L'idée est d'avancer coûte que coûte !

Dans un contexte maritime compliqué, quelles sont les perspectives pour Covino ?

Nous importons sous différents conditionnements, dont le vin transporté en citerne et mis en bouteille au Port, mais aussi des vins français et étrangers déjà conditionnés, des champagnes, des bières et quelques alcools. Mais également, il ne faut

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

pas l'oublier, les bouteilles, les bouchons, les étiquettes, tout ce quiest indispensable à notre activité d'embouteillage. Nous sommes par conséquent impactés par la hausse des tarifs du fret au même titre que tout le monde, voire davantage. Sans oublier la hausse du vin en lui-même, suite à des vendanges 2021 catastrophiques... L'année 2022 s'annonce compliquée, mais nous allons jeter toutes nos forces dans la bataille !

C'est-à-dire ?

Nous souhaitons maintenir les emplois et une certaine compétitivité sur les tarifs actuellement pratiqués sur nos références les plus populaires. Rappelons que 67 % des volumes écoulés proviennent de notre coeur de métier historique : l'embouteillage de vin. Royal, Baron Peyssard, Marquis de Robitaille... Toutes ces références bien connues des Réunionnais constituent le socle, solide, sur lequel il faut nous appuyer pour résister et bâtir. Il faut renforcer l'investissement local. C'est la raison pour laquelle nous lancerons en 2023 le chantier de modernisation de nos lignes d'embouteillage. Nous pourrons alors optimiser la production, le stockage et poursuivre une montée en gamme débutée en 2020 avec le premier vin embouteillé en certification Terra Vitis. Grâce aux citernes calorifugées dans lesquelles nos vins voyagent, leur qualité est préservée des variations de températures. Une qualité qui nous amène à transformer l'essai, puisque nous lancerons en 2022 deux nouvelles références premium embouteillées en local : un Bordeaux Supérieur et un Côtes du Rhône (en Terra Vitis). Nous continuons donc de compléter l'offre produite en local, en misant sur un pan de notre activité et de notre histoire que nous estimons prioritaire.

Castel-Covino en chiffres

- Compagnie vinicole de l'océan Indien (Covino) créée en 1954
- Activité d'embouteillage depuis 1957
- Filiale du groupeCastel depuis 2004
- Plus de 500 conteneurs réceptionnés par an
- 27 millions d'euros de CA en 2021
- 70 % du CA en GMS, 10 % en CHR, 20 % en cavesNicolas
- 40 % de parts de marché estimées sur le vin en 2021 (estimation à partir des déclarations douanières)
- 5,2 millions de litres vendus en 2021 (tous alcools confondus)
- 4,5 millions d'équivalents 75 cl de vin embouteillés au Port (soit 67 % des volumes d'alcool écoulés au total)
- 500 produits distribués (hors cavesNicolas)
- 65 emplois directs

Réagissez à cet article en postant un

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

médiaCom'

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **52**
Sujet du média : **Communication - Médias - Internet**

10 Juin 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3791**

lemediacom.com

Visualiser l'article

C. HERMELIN (Nicolas) : «Nicolas veut désormais toucher davantage de femmes et de jeunes»

En 2022, Nicolas célèbre ses 200 ans. L'enseigne, qui a été élue Marque Préférée des Français, dévoile un plan de promotion sur l'ensemble de l'année. L'occasion pour médiaCom' d'évoquer ce bicentenaire avec Christopher HERMELIN, CMO Nicolas.

MEDIACOM'

Début 2022, l'enseigne Nicolas a été élue Marque Préférée des Français, dans la catégorie Cavistes. Que représente cette distinction ?

Christopher HERMELIN

Alors que nous célébrons nos 200 ans en 2022, Nicolas a été élu Marque Préférée des Français, dans la catégorie Cavistes. Peu d'entreprises peuvent revendiquer 200 ans d'existence avec une telle stabilité et une telle empreinte auprès de leurs consommateurs. Nous sommes très heureux.

MEDIACOM'

À l'occasion de votre bicentenaire, quelle est votre plan de communication ?

Christopher HERMELIN

De nombreux artistes ont mis leurs talents d'illustration au service de notre publicité, à commencer par Dransy qui a donné naissance au personnage Nectar en 1922, pour les 100 ans de l'enseigne. Fin 2021, nous avons demandé à trois designeuses de féminiser Nectar. De plus, nous avons lancé un site à l'occasion de notre bicentenaire. Au départ, nous voulions créer un musée. À noter que nous venons de valider une mini-série avec Jacques Legros qui va raconter l'histoire de Nicolas sur ce site web. Pour nos 200 ans, nous avons décidé de lancer un champagne Nicolas Grand Cru en nous appuyant sur un grand millésime : l'année 2002. Enfin, tout au long de l'année, nous travaillerons avec diverses personnalités pour mettre en avant notre histoire. À noter aussi une tournée des plages pour cet été. Enfin, la fin de l'année 2022 sera marquée par une campagne d'affichage.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MEDIACOM'

Nicolas célèbre ses 200 ans. Comment a grandi la marque ?

Christopher HERMELIN

En 1822, Louis Nicolas ouvre sa 1ère 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. 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.

MEDIACOM'

Comment la marque s'adapte-t-elle aux nouveaux consommateurs ?

Elodie DOUVILLE

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 et, plus récemment, de bières avec une gamme de craft beers. L'enseigne représente aujourd'hui 10% des parts de ce marché en France.

MEDIACOM'

Nicolas est partenaire du film d'animation «Le Petit Nicolas». Quel lien existe-il entre le héros de Sempé / Goscinny et l'enseigne Nicolas ?

Christopher HERMELIN

Nous sommes en effet partenaires du film d'animation «Le Petit Nicolas», signé Amandine Fredon et Benjamin Massoubre. Alors que sa sortie en salle est prévue pour octobre 2022, le film a été présenté à Cannes, à l'occasion de la 75ème édition du Festival. Nous sommes fiers de soutenir ce film d'animation. En effet, la genèse du nom du «Petit Nicolas»...vient de l'enseigne Nicolas. En 1955, Jean-Jacques Sempé (le dessinateur) et René Goscinny (l'auteur) boivent un verre de vin à la terrasse d'un café. Un bus passe avec une publicité Nicolas... Le nom du petit héros est alors tout trouvé.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

médiaCom'

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Bihebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Communication-Médias-Internet

Edition : **10 juin 2022 P.2**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **588**

INTERVIEW

Entretien avec Christopher HERMELIN

CMO Nicolas

En 2022, Nicolas célèbre ses 200 ans. L'enseigne, qui a été élue Marque Préférée des Français, dévoile un plan de promotion sur l'ensemble de l'année. L'occasion pour médiaCom' d'évoquer ce bicentenaire avec Christopher HERMELIN, CMO Nicolas.

MEDIACOM'

Début 2022, l'enseigne Nicolas a été élue Marque Préférée des Français, dans la catégorie Cavistes. Que représente cette distinction ?

Christopher HERMELIN

Alors que nous célébrons nos 200 ans en 2022, Nicolas a été élu Marque Préférée des Français, dans la catégorie Cavistes. Peu d'entreprises peuvent revendiquer 200 ans d'existence avec une telle stabilité et une telle empreinte auprès de leurs consommateurs. Nous sommes très heureux.

MEDIACOM'

À l'occasion de votre bicentenaire, quelle est votre plan de communication ?

Christopher HERMELIN

De nombreux artistes ont mis leurs talents d'illustration au service de notre publicité, à commencer par Dransy qui a donné naissance au personnage Nectar en 1922, pour les 100 ans de l'enseigne. Fin 2021, nous avons demandé à trois designeuses de féminiser Nectar. De plus, nous avons lancé un site à l'occasion de notre bicentenaire. Au départ, nous voulions créer un musée. A noter que nous venons de valider une mini-série avec Jacques Legros qui va raconter l'histoire de Nicolas sur ce site web. Pour nos 200 ans, nous avons décidé de lancer un champagne Nicolas Grand Cru en nous appuyant sur un grand millésime : l'année 2002. Enfin, tout au long de l'année, nous travaillerons avec diverses personnalités pour mettre en avant notre histoire. A noter aussi une tournée des plages pour cet été. Enfin, la fin de l'année 2022 sera marquée par une campagne d'affichage.

MEDIACOM'

Nicolas célèbre ses 200 ans. Comment a grandi la marque ?

Christopher HERMELIN

En 1822, Louis Nicolas ouvre sa 1ère 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 Ile-de-France et 163 dans Paris intra-muros. 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.

MEDIACOM'

Comment la marque s'adapte-t-elle aux nouveaux consommateurs ?

Elodie DOUVILLE

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 et, plus récemment, de bières avec une gamme de craft beers. L'enseigne représente aujourd'hui 10% des parts de ce marché en France.

MEDIACOM'

Nicolas est partenaire du film d'animation «Le Petit Nicolas». Quel lien existe-il entre le héros de Sempé / Goscinny et l'enseigne Nicolas ?

Christopher HERMELIN

Nous sommes en effet partenaires du film d'animation «Le Petit Nicolas», signé Amandine Fredon et Benjamin Massoubre. Alors que sa sortie en salle est prévue pour octobre 2022, le film a été présenté à Cannes, à l'occasion de la 75ème édition du Festival. Nous sommes fiers de soutenir ce film d'animation. En effet, la genèse du nom du «Petit Nicolas»…vient de l'enseigne Nicolas. En 1955, Jean-Jacques Sempé (le dessinateur) et René Goscinny (l'auteur) boivent un verre de vin à la terrasse d'un café. Un bus passe avec une publicité Nicolas… Le nom du petit héros est alors tout trouvé.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Famille du média : **Médias régionaux (hors PQR)**
Audience : **22995**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales, Economie - Services**

23 Juin 2022
Journalistes : **Yann Kerveno**
Nombre de mots : **4947**

objectif-languedoc-roussillon.latribune.fr

Visualiser l'article

Dans les Pyrénées-Orientales, l'Institut méditerranéen du liège veut booster la filière

La filière du liège poursuit son développement dans les Pyrénées-Orientales. Trois hectares ont été plantés cette année, dont un sert de support à une expérimentation inédite en lien avec le climat... L'Institut méditerranéen du liège cherche aussi des solutions à la problématique de main d'oeuvre, espérant faire renaître des vocations.

Audio:
https://objectif-languedoc-roussillon.latribune.fr/economie/environnement/2022-06-23/dans-les-pyrenees-orientales-l-institut-mediterraneen-du-liege-veut-booster-la-filiere-923030.html

Aujourd'hui, 200 tonnes de liège sont prélevés chaque année dans le département des Pyrénées-Orientales. (Crédits : Yann Kerveno)

Trois hectares, ce sont les surfaces de chênes-lièges qui auront été plantées cette année par l'Institut méditerranéen du liège, à Saint-Jean-Pla-de-Corts et à Brouilla, dans les Pyrénées-Orientales. Si ces plantations existent c'est, une fois n'est pas coutume, grâce à un programme de recyclage de bouchons dont la collecte est organisée par les magasins du caviste Nicolas.

« *Ces bouchons sont recyclés en d'autres matériaux, pour le bâtiment par exemple et une partie du produit de la vente nous est attribuée* », détaille Renaud Piazzetta, directeur de l'Institut Méditerranéen du liège, installé à Vivès.

La première parcelle plantée, à Saint-Jean-Pla-de-Corts, servira de support à une expérimentation inédite : à la plantation, un matériau hydrorétenteur a été incorporé au sol.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

« *Ce que nous essayons de voir c'est si cet apport, un procédé qui stocke l'eau quand elle tombe et la restitue au sol plus doucement, peut permettre une meilleure reprise des jeunes plants durant les deux premières années* », explique encore Renaud Piazetta.

Il s'agit de voir, en fait, si ce procédé peut augmenter les chances de succès des plantations au cours de ces deux années critiques en climat méditerranéen.

Renaud Piazetta précise que « *lorsque les arbres poussent naturellement à partir d'un gland sur le sol, ils vont tout de suite développer un système racinaire qui va assurer leur survie* », alors que c'est moins le cas avec les plants provenant des pépinières.

3.500 hectares

Les deux parcelles ont été implantées sur des zones différentes. À Saint-Jean-Pla-de-Corts, c'est chez un propriétaire privé, et à Brouilla sur une parcelle acquise par la municipalité qui cherchait à développer un espace arboré. La collaboration avec le programme de recyclage de bouchons est en place depuis 2014 mais l'Institut Méditerranéen du liège plante de nouvelles parcelles quasi tous les ans depuis sa création en 1993.

Si les propriétaires se comptent par milliers du fait du morcellement du foncier dans le département, 130 producteurs sont réunis dans une association de gestion et représentent environ 3.500 hectares de suberaies en production. Le gisement pourrait être plus important.

« *Aujourd'hui, nous levons environ 200 tonnes de liège par an dans le département, mais il y a cinquante ans, il s'en prélevait entre 800 et 1.000 tonnes annuellement,* ajoute Renaud Piazetta. *Or, les arbres sont toujours là, ils n'ont pas disparu* . »

Disparus non, mais ils sont au moins sortis du radar parce que les parcelles se sont enfrichées, que la forêt a regagné autour, qu'elles sont devenues plus difficiles d'accès...

Gestion épineuse de la main d'oeuvre

Il faut aussi compter avec la question, épineuse, de la main-d'oeuvre, délicate à trouver. L'an passé, l'Institut Méditerranéen du liège associé à l'industriel Diam et à l'entreprise de débroussaillage bûcheronnage Serpe, a testé une semi-mécanisation de la levée du liège avec des outils développés en Espagne. L'objectif était de gagner en productivité et de former les leveurs de liège localement pour pouvoir lever plus de liège sur la courte période de la récolte, en fin de printemps et début d'été.

« *Les résultats n'ont pas forcément été à la hauteur de ce que nous attendions, mais le projet suit son cours,* fait observer Renaud Piazetta . *Nous avons été confrontés à d'importants problèmes de fiabilité sur le matériel conduisant à des*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

immobilisations, qui ont limité la productivité. Le constructeur travaille à corriger ces défauts. »

Cette année, l'institut a également mené une initiation avec des élèves du CFPPA de Rivesaltes en espérant faire naître des vocations nouvelles.

Entamée au mois de mai, la levée 2022 se passe bien, les équipes en ont terminé avec les Albères et vont maintenant s'attaquer au massif des Aspres.

Les 23 et 24 juin prochains, la filière liège renoue avec son événement bisannuel suspendu pour cause de Covid, VivExpo. Le thème retenu pour cette année porte sur la question du sylvopastoralisme et de l'entretien des suberaies.

CASTELNICOLAS2 - CISION 364403904

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LA TRIBUNE EDITION QUOTIDIENNE

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **226000**

Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **24 juin 2022 P.44-45**

Journalistes : **Yann Kerveno**

Nombre de mots : **728**

RÉGIONS / OCCITANIE - MONTPELLIER

Dans les Pyrénées-Orientales, l'Institut méditerranéen du liège veut booster la filière

Aujourd'hui, 200 tonnes de liège sont prélevés chaque année dans le département des Pyrénées-Orientales. (Crédits : Yann Kerveno)

Yann Kerveno

La filière du liège poursuit son développement dans les Pyrénées-Orientales. Trois hectares ont été plantés cette année, dont un sert de support à une expérimentation inédite en lien avec le climat… L'Institut méditerranéen du liège cherche aussi des solutions à la problématique de main d'œuvre, espérant faire renaître des vocations.

Trois hectares, ce sont les surfaces de chênes-lièges qui auront été plantées cette année par l'Institut méditerranéen du liège, à Saint-Jean-Pla-de-Corts et à Brouilla, dans les Pyrénées-Orientales. Si ces plantations existent c'est, une fois n'est pas coutume, grâce à un programme de recyclage de bouchons dont la collecte est organisée par les magasins du caviste Nicolas.

« *Ces bouchons sont recyclés en d'autres matériaux, pour le bâtiment par exemple et une partie du produit de la vente nous est attribuée* », détaille Renaud Piazzetta, directeur de l'Institut Méditerranéen du liège, installé à Vivès.

La première parcelle plantée, à Saint-Jean-Pla-de-Corts, servira de support à une expérimentation inédite : à la plantation, un matériau hydrorétenteur a été incorporé au sol.

« *Ce que nous essayons de voir c'est si cet apport, un procédé qui stocke l'eau quand elle tombe et la restitue au sol plus doucement, peut permettre une meilleure reprise des jeunes plants durant les deux premières années* », explique encore Renaud Piazetta.

Il s'agit de voir, en fait, si ce procédé peut augmenter les chances de succès des plantations au cours de ces deux années critiques en climat méditerranéen.

Renaud Piazetta précise que « *lorsque les arbres poussent naturellement à partir d'un gland sur le sol, ils vont tout de suite développer un système racinaire qui va assurer leur survie* », alors que c'est moins le cas avec les plants provenant des pépinières.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

3.500 hectares

Les deux parcelles ont été implantées sur des zones différentes. À Saint-Jean-Pla-de-Corts, c'est chez un propriétaire privé, et à Brouilla sur une parcelle acquise par la municipalité qui cherchait à développer un espace arboré. La collaboration avec le programme de recyclage de bouchons est en place depuis 2014 mais l'Institut Méditerranéen du liège plante de nouvelles parcelles quasi tous les ans depuis sa création en 1993.

Si les propriétaires se comptent par milliers du fait du morcellement du foncier dans le département, 130 producteurs sont réunis dans une association de gestion et représentent environ 3.500 hectares de suberaies en production. Le gisement pourrait être plus important.

« *Aujourd'hui, nous levons environ 200 tonnes de liège par an dans le département, mais il y a cinquante ans, il s'en prélevait entre 800 et 1.000 tonnes annuellement,* ajoute Renaud Piazetta. *Or, les arbres sont toujours là, ils n'ont pas disparu.* »

Disparus non, mais ils sont au moins sortis du radar parce que les parcelles se sont enfrichées, que la forêt a regagné autour, qu'elles sont devenues plus difficiles d'accès...

Gestion épineuse de la main d'œuvre

Il faut aussi compter avec la question, épineuse, de la main-d'œuvre, délicate à trouver. L'an passé, l'Institut Méditerranéen du liège associé à l'industriel Diam et à l'entreprise de débroussaillage bûcheronnage Serpe, a testé une semi-mécanisation de la levée du liège avec des outils développés en Espagne. L'objectif était de gagner en productivité et de former les leveurs de liège localement pour pouvoir lever plus de liège sur la courte période de la récolte, en fin de printemps et début d'été.

« *Les résultats n'ont pas forcément été à la hauteur de ce que nous attendions, mais le projet suit son cours,* fait observer Renaud Piazetta. *Nous avons été confrontés à d'importants problèmes de fiabilité sur le matériel conduisant à des immobilisations, qui ont limité la productivité. Le constructeur travaille à corriger ces défauts.* »

Cette année, l'institut a également mené une initiation avec des élèves du CFPPA de Rivesaltes en espérant faire naître des vocations nouvelles.

Entamée au mois de mai, la levée 2022 se passe bien, les équipes en ont terminé avec les Albères et vont maintenant s'attaquer au massif des Aspres.

Les 23 et 24 juin prochains, la filière liège renoue avec son événement bisannuel suspendu pour cause de Covid, VivExpo. Le thème retenu pour cette année porte sur la question du sylvopastoralisme et de l'entretien des suberaies.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LE MAGAZINE DE L'ANDRH

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Bimestrielle**
Audience : **10000**
Sujet du média : **Gestion d'entreprise-Management**

Edition : **Juin 2022 P.38-41**
Journalistes : **Naïwem Mizouni et Anaïs Coulon**
Nombre de mots : **1864**

Santé et QVT

Comment agir face aux addictions ?

PRATIQUE RH. Tabac, alcool, drogues, médicaments ou encore comportements à risque, les addictions peuvent prendre, de nos jours, des formes diverses et variées. Et pour cause, elles concernent aujourd'hui nombre de Français, et donc potentiellement certains de vos collaborateurs. Qu'est-ce qu'une addiction ? Comment peut-on la repérer ? Comment est-il possible d'agir face à un collaborateur en difficulté lorsque l'on est RH ? Éléments de réponse.

Par Naïwem Mizouni et Anaïs Coulon, ANDRH

VISUAL GENERATION - STOCK.ADOBE

Afin de circonscrire au mieux ce qui relève ou non de l'addiction, basons-nous sur la définition fournie par la Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives (Mildeca) : *« D'un point de vue scientifique et médical, les addictions sont des pathologies cérébrales définies par une dépendance à une substance ou une activité, avec des conséquences délétères. »* Cependant, il peut être facile de confondre un usage ponctuel et intensif avec une réelle addiction. C'est pourquoi, afin de diagnostiquer les addictions, il est possible d'utiliser différentes méthodes dont celle définie par l'American Psychiatric Association. Celle-ci est l'une des plus connues et repose sur onze critères bien définis, exposés dans le Diagnostic and Statistical manual of Mental disorders (DSM).

Diagnostiquer une addiction avec les onze critères du DSM

Afin de détecter une addiction, les professionnels de santé passent en revue les critères suivants avec leur patient :

- Besoin impérieux et irrépressible de consommer la substance ou de jouer.
- Perte de contrôle sur la quantité et le temps dédié à la prise de substance ou au jeu.

> ***Il existe deux grandes catégories d'addictions : celle liée à la consommation de produits psychoactifs tels que le tabac, l'alcool, les médicaments ou encore la drogue et celle qui concerne des dépendances non liées à des produits, telles que les dépendances aux jeux, aux écrans ou encore au travail. »***

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

- Temps consacré à la recherche de substances ou au jeu.
- Augmentation de la tolérance au produit addictif.
- Présence d'un syndrome de sevrage.
- Incapacité à remplir des obligations importantes.
- Usage, même lorsqu'il y a un risque physique.
- Problèmes personnels ou sociaux.
- Désirs ou efforts persistants pour diminuer les doses ou l'activité.
- Activités réduites au profit de la consommation ou du jeu.
- Poursuite de la consommation malgré les dégâts physiques ou psychologiques.

Selon les réponses du patient, une pondération des critères est faite comme suit :

- Présence de deux à trois critères : addiction faible.
- Présence de quatre à cinq critères : addiction modérée.
- Présence de six critères ou plus : addiction sévère.

C'est à partir de là qu'il est possible de définir une marche à suivre, afin d'aider au mieux la personne présentant une ou plusieurs addictions. Maintenant que les critères caractérisant une addiction sont posés, intéressons-nous aux types d'addiction et aux populations les plus à risque.

Deux grandes catégories d'addictions

Il existe deux grandes catégories d'addictions. La première est ...

Témoignage Sabrina Lucatelli-Mottin, responsable RSE et RH Nicolas, ANDRH Val-de-Marne

Quel dispositif avez-vous mis en place pour lutter contre les addictions chez Nicolas?

Sabrina Lucatelli-Mottin : Dans le cadre de notre politique RSE, nous avons renforcé l'attention portée aux questions de santé et de sécurité des collaborateurs en général. Cela s'explique en partie par une attention accrue portée à ce sujet par les collaborateurs de l'entreprise, notamment à la suite de à la crise du Covid-19. Nicolas, en tant qu'enseigne spécialisée dans la vente d'alcool, ne pouvait pas ignorer le sujet de l'alcool au travail, et nous avons donc décidé de nous en saisir. Pour ce faire, nous avons privilégié la transparence et le dialogue avec la mise en place d'un groupe de travail depuis un an, composé d'élus, de RH, de commerciaux... Le but étant qu'il soit le plus représentatif possible des différents corps de métier de notre organisation. Cela nous a permis d'aborder les différents aspects en lien avec l'alcool au travail : la prévention, les aspects curatifs et l'après-traitement. Nous avons également évoqué les différents types de situations pouvant se présenter : la gestion interne mais aussi externe avec un client addict, les dégustations, ou encore les cas extrêmes, où une inaptitude serait prononcée par le médecin du travail. Enfin, une infirmière va nous rejoindre d'ici peu afin d'élaborer des actions complémentaires et être l'interlocutrice privilégiée en cas d'addiction.

Quel était le constat de départ?

S.L-M. : J'ai déjà eu à gérer des cas d'addictions à l'alcool, notamment lorsque je travaillais dans la restauration. Il est toujours compliqué de déterminer, au premier abord, s'il s'agit d'une personne ayant trop consommé ponctuellement ou s'il s'agit d'une réelle addiction. Cependant, personne n'est à l'abri. Cela peut concerner aussi bien les hommes, les femmes que les jeunes et les moins jeunes! C'est pourquoi il est important d'être à l'écoute et en empathie avec les collaborateurs.

Comment ouvrir le dialogue autour des addictions?

S.L-M. : Parler de ce sujet aux RH peut faire peur aux collaborateurs, car ils pensent automatiquement aux potentielles sanctions. Il faut donc communiquer de la bonne manière pour ne pas passer inaperçu et faire passer les messages. Pour ce faire, lors de notre prochain événement de dégustation interne où tous nos fournisseurs seront présents, nous allons rappeler les bonnes pratiques avec des flyers, un éthylotest et un casque de réalité virtuelle pour simuler les effets de l'ébriété. D'autre part, il s'agit aussi de mettre en avant les bons interlocuteurs, car de fait, la RH n'est pas médecin ou professionnel de santé. Le réflexe à avoir, et le plus facile dans un premier temps, est d'aller voir l'infirmière qui pourra échanger avec l'assistante sociale, car l'addiction est aussi un problème d'ordre personnel.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5858033600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

liée à la consommation de produits psychoactifs tels que le tabac, l'alcool, les médicaments ou encore la drogue. La seconde catégorie concerne, quant à elle, des dépendances non liées à des produits, telles que les dépendances aux jeux, aux écrans ou encore au travail. Bien que ces dépendances puissent toucher tout type de personne, certains secteurs sont plus à risque en ce qui concerne les addictions, selon le réseau « les Entreprises et les Services Publics s'Engagent Résolument » (ESPER).

Parmi ceux-ci figurent notamment les métiers :

- des arts et du spectacle,
- de l'hôtellerie et de la restauration,
- de l'agriculture,
- du transport,
- ou encore de la construction.

D'autres facteurs déclencheurs ou potentiellement aggravants peuvent également rentrer en ligne de compte, ceux-ci étant plus en lien avec l'environnement de travail (travail de nuit ou isolé, postes à hautes responsabilités…).

VISUAL GENERATION - STOCK ADOBE

Il est encore possible, à ce stade, de se dire que les addictions sont avant tout une affaire de responsabilité individuelle, mais cela n'est pas tout à fait vrai… notamment concernant les risques que les addictions peuvent engendrer d'un point de vue individuel ou collectif. En effet, celles-ci peuvent mettre en danger la santé et la sécurité à la fois du salarié et de son entourage professionnel : absentéisme, troubles de l'attention, mauvaise évaluation des risques ou encore la désinsertion progressive du salarié… Mais qui

Le dispositif ESPER

Mis en place par la Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives (Mildeca) et plusieurs dizaines de partenaires, ESPER (les Entreprises et les Services Publics s'Engagent Résolument) entend mobiliser les acteurs du milieu professionnel pour la prévention des conduites addictives.

Ce dispositif est composé de trois éléments :

- Une charte d'engagement.
- Un programme d'animation des signataires.
- Des outils pratiques : newsletter, fiches pratiques…

La Charte ESPER se structure autour de quatre engagements :

- Définir un projet global de prévention des conduites addictives dans le cadre de la promotion de la santé au travail.
- Instaurer le dialogue et créer un climat de confiance.
- Mettre en œuvre une démarche de prévention non stigmatisante, respectant la dignité des personnes.
- Accompagner les travailleurs vulnérables et prévenir la désinsertion professionnelle.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

En tant que (D)RH, il vous est possible de donner l'impulsion et de soutenir la mise en place d'une politique globale de gestion des risques addictifs. »

sont les personnes concernées par les addictions en milieu professionnel ? Et quel a été l'impact de la crise du Covid-19 ?

Les chiffres clés de la population active en France

Afin de dresser un état des lieux des conduites addictives en milieu professionnel, la Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives a sorti un rapport présentant des chiffres clés en 2021. Celui-ci est basé sur la cohorte « CONSTANCES », constituée d'un échantillon représentatif de 200000 adultes de 18 à 69 ans :

- Le tabac concerne 27 % des hommes et 23 % des femmes.
- Le cannabis concerne 8 % des hommes et 4 % des femmes, à raison d'au moins une fois par semaine.
- L'alcoolisation ponctuelle importante ou *binge-drinking* est pratiqué par 27,5 % des hommes et 11,5 % des femmes.
- Le mésusage des médicaments anxiolytiques dans l'année concerne 4,9 % des femmes et 2,8 % des hommes.
- L'usage d'outils numériques professionnels hors temps de travail concerne 37 % des actifs.

Au vu de ces chiffres et du constat global, quels sont les moyens d'agir en tant que RH lorsque l'on détecte une situation de ce type ? Faisons le point sur les moyens d'action avec Agathe Brenguier et Éric Clairet, coordinateurs territoriaux chez Adixio, qui nous donnent deux éléments clés pour réagir.

Focus sur les moyens d'action

En tant que (D)RH, il vous est possible de donner l'impulsion et de soutenir la mise en place d'une politique globale de gestion des risques addictifs et ce en vous basant sur quatre piliers majeurs.

- Diagnostiquer la situation, identifier les situations à risques et identifier les manques.
- Créer et déployer des protocoles en cas d'urgence (malaise, chute, comportement inquiétant…) ou en cas de situation chronique.
- Proposer des actions de prévention auprès de tous les salariés.
- Former les équipes encadrantes.

Lorsqu'un salarié présente une addiction, l'un des moyens d'action en tant que (D)RH est de conduire un entretien préventif. Dans ce cadre, quelques préconisations sont à observer :

- Faire part de votre inquiétude pour le salarié dans le strict respect de la vie privée.
- Partir d'éléments factuels et des dysfonctionnements constatés sur le plan professionnel en étant le plus précis possible.
- Le cas échéant, vous pouvez également rappeler les règles et les sanctions.
- Rappeler votre obligation à agir en tant qu'employeur. Selon l'article L.4121-1 du Code du travail, « tout employeur est tenu de prendre des mesures pour assurer la sécurité et protéger la santé physique et mentale des travailleurs ».
- Proposer une orientation au salarié (médecine du travail, assistante sociale…).
- Fixer un autre rendez-vous pour faire le point.

Il convient donc d'éviter d'insister trop lourdement auprès du salarié ou de lui imposer une surveillance exagérée, d'émettre des jugements de valeur ou de dissimuler une situation dans l'espoir de protéger le salarié.

POUR ALLER PLUS LOIN :

- **Le dispositif ESPER**
- **Le site Addict'AIDE pro, portail des addictions en milieu professionnel**
- **Le guide « Les sept étapes clés pour réussir votre politique de prévention » d'Addict'AIDE**

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5858033600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

FAV

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Web FRA

RayonBoissons

www.rayon-boissons.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **39475**
Sujet du média : **Economie - Services**

17 Juin 2022
Journalistes : **U.B.**
Nombre de mots : **1025**

Visualiser l'article

Foires aux vins 2022 : Nicolas joue la carte de l'accessibilité

Avec la moitié de l'offre sous la barre symbolique des 10 €, la prochaine foire aux vins du caviste Nicolas qui se déroulera du 7 septembre au 4 octobre sera placée sous le signe de l'accessibilité. « Notre philosophie est de faire découvrir des nouveautés qui sont accessibles, à la fois en termes de prix mais aussi de goût » , décrypte Christopher Hermelin, responsable marketing et communication chez Nicolas.

Parmi les 42 nouvelles références (sur les 60 que compte la sélection cette année), certaines se distinguent également par leur originalité, soit au travers de cépages peu connus tels que le petit courbu ou l'arrufiac, soit d'appellations plus rares comme l'AOP auvergne. « C'est l'occasion pour nous de mettre en avant des vins plus intimistes » , confie Christopher Hermelin. Autre parti pris de Nicolas, celui des vins engagés (bio, HVE, Terra Vitis etc.) avec 19 références présentées, soit « trois fois plus qu'il y a cinq ans » , indique le responsable marketing et communication.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

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

PRODUITS

Presse écrite FRA

LA MONTAGNE

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **514000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **05 juin 2022 P.5**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **177**

LE VIN

« LE JARDIN DE JULES » 2020. C'est Dominique Lapeyre, le caviste de la boutique Nicolas de la place Fournier, à Limoges, qui a sélectionné ce rouge à l'alléchant rapport qualité/prix.

Baptisé Le Jardin de Jules en référence à l'une des parcelles du Domaine de la Clapière, ce vin est issu de la « viticulture responsable », comme l'atteste la certification Terra Vitis.

Situé entre Montpellier et Béziers, ce domaine d'une quarantaine d'hectares offre des vins de caractère et d'une belle typicité à l'image de ce millésime 2020.

Assemblage de merlot, de syrah et de cabernet sauvignon, « Le Jardin de Jules » fait le job : depuis son élégante robe rubis en passant par un nez expressif avec des arômes de fruits rouges, teintés de soleil et d'étonnantes notes de figues.

Autant de générosité et de gourmandise que l'on retrouve en bouche où l'on appréciera ses tanins affirmés, sa puissance et sa texture.

Au final, ce vin aux alentours de 7 euros accompagnera joliment vos barbecues. ■

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Centre France LE POPULAIRE

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **110000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **05 juin 2022 P.5**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **177**

LE VIN

« LE JARDIN DE JULES » 2020. C'est Dominique Lapeyre, le caviste de la boutique Nicolas de la place Fournier, à Limoges, qui a sélectionné ce rouge à l'alléchant rapport qualité/prix.

Baptisé Le Jardin de Jules en référence à l'une des parcelles du Domaine de la Clapière, ce vin est issu de la « viticulture responsable », comme l'atteste la certification Terra Vitis.

Situé entre Montpellier et Béziers, ce domaine d'une quarantaine d'hectares offre des vins de caractère et d'une belle typicité à l'image de ce millésime 2020.

Assemblage de merlot, de syrah et de cabernet sauvignon, « Le Jardin de Jules » fait le job : depuis son élégante robe rubis en passant par un nez expressif avec des arômes de fruits rouges, teintés de soleil et d'étonnantes notes de figues.

Autant de générosité et de gourmandise que l'on retrouve en bouche où l'on appréciera ses tanins affirmés, sa puissance et sa texture.

Au final, ce vin aux alentours de 7 euros accompagnera joliment vos barbecues. ■

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

WHISKYMag.fr

www.whiskymag.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **3570**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

9 Juin 2022
Journalistes : **Christine Lambert**
Nombre de mots : **6983**

Visualiser l'article

Des scoops whisky et des news rhums (ou le contraire)

Nouvelles distilleries et nouveaux liquides : quelques infos et exclusivités à garder en tête ou sur la langue à l'approche de l'été.

• Au fond de la Mine d'or

Le 1er juillet, La Mine d'or inaugure sa nouvelle distillerie aux portes de Brocéliande, à Ploërmel très exactement. L'ancien alambic hybride a été rejoint par une paire de pot stills cognaçais redessinés, et la vieille ferme réhabilitée abrite également une boutique, des salles de réunions, des espaces de dégustation et un bar. Ouverture au public le 4 juillet : en voilà une activité qui vous changera de la pêche aux palourdes cet été en Bretagne !

Fondée en 2016 par Stéphane Kerdodé (qui a revendu ses parts dans la brasserie Lancelot et Breizh Cola pour tout miser sur le whisky), et initialement située au Roc Saint-André, La Mine d'or en profitera pour dévoiler son tout premier single malt : Galaad, millésime 2017 (44,5%). Un jus de 5 ans élevé pour 40% en fûts neufs à gros grain passés par 3 chauffes et 4 intensités, et pour 60% en ex-barriques de cognac (environ 8.000 bouteilles). Pour l'inauguration, vous pourrez mettre la main sur un single cask (53%, chêne français retoasté, 325 bouteilles) et/ou une édition limitée affinée plus d'un an en fûts de rhum (51,5%, 900 bouteilles). Longue vie à La Mine d'or et le premier qui parle de « pépites » décroche le bonnet de baudet en plumes.

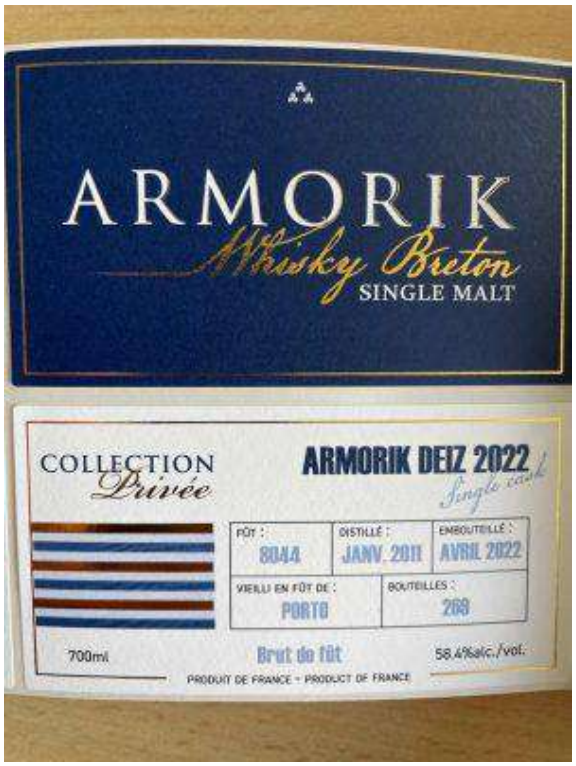
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

• Armorik Deiz !

Réglez une alerte permanente sur vos smartphones. Désormais le 1er juillet célébrera l'Armorik Deiz comme l'Armorik Day mais en breton. On se demande où ils ont été pêché cette excellente idée mais, décidément, la date porte chance aux distilleries celtiques puisqu'en ce jour de en l'an 1900 Léon Warenghem inaugurait la sienne à Lannion.

Chaque année désormais, un embouteillage spécial accompagnera les festivités organisées sur place. Coup d'envoi avec un brut de fût (58,4%) de 12 ans, élevage intégral en ex-barrique de porto. Vous connaissez les tension sur les bouteilles, les étiquettes, etc (lire ici) : l'édition Armorik Deiz 2022 reprend donc exceptionnellement le label de la gamme permanente mais, à l'avenir, il sera dessiné par un artiste. Pas encore sorti, déjà collector.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



• La distillerie Bertrand se plie en 10

C'est un peu passé inaperçu pour cause de pandémie, mais la distillerie Bertrand, l'un des pionniers du whisky français (les premières distillations remontent à 2003, le premier single malt à 2006), a complètement réinterprété ses gammes. Exit Uberach, le nom du village qui se confondait avec celui de la gnôle, bienvenue à St Wendelin, la collection permanente. Une chose ne change pas : le single cask de 10 ans livré annuellement. A la rentrée, jetez-vous donc sur Le Souffle « marno-calcaire », affiné en fût de pinot bourguignon. Minéral, ennobli d'un très joli rancio de fruit, cette précieuse petite chose sera livrée à 46,2%, pour quelque 400 exemplaires. Pour patienter, séance de rattrapage avec St Wendelin Le Principal, sorti en début d'année.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

• ZZ Top en concert dans vos verres

Je vous ai vu bavouiller d'envie en apprenant que Balcones sortait une nouvelle cuvée Tres Hombreslaborée avec le groupe ZZ Top. Eh bien réjouissez-vous : la collaboration entre les deux icônes texanes arrivera cette fois en France, à la rentrée. Maïs bleu à la basse, malt et rye aux guitares, dégoupillé à 50% et c'est parti à fond les ballons, barbes à l'horizontale. Give it all your lovin' !

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

• L'armagnac se renforce au Whisky Live

Meilleure nouvelle du moment : Dartigalongue s'arrimera pour la première fois à un stand au prochain Whisky Live Paris. Alors qu'un couloir de grêle vient de dévaster les vignes de certains producteurs, faisons-nous là tout de suite maintenant une promesse : RDV en force dans la zone armagnac de la Grande Halle de la Villette fin septembre. Quelques-unes des plus fines gnôles se baladeront dans ce coin. Et avec un peu de chance, « Darti » assurera le service avec quelques pruneaux à l'armagnac dont ils ont le secret. Une tuerie stratosphérique, même s'il faut sortir l'éthylotest après avoir craché 2 noyaux faites comme d'hab, venez en métro.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

• Un whisky néo-zélandais sur résa

Le premier single malt de la distillerie Pokeno, Revelation, est disponible en précommande dans le **réseau cavistes Nicolas**, et livrable en octobre : 400 coffrets verres + **bouteille** numérotée et signée par le master distiller et fondateur de la maison, accompagnés d'une invitation à échanger en ligne avec lui. Bâtie en 2018 dans l'île nord du pays du long nuage blanc, Pokeno distille en pot stills des whiskies issus de céréales locales et maturés sous climat subtropical. Rond et richement fruité, élevé en fûts de bourbon et de vins néo-zélandais, le jeune Revelation ne brille pas par sa folle complexité mais par sa gourmandise décomplexée. Si vous êtes sage, je vous parlerai bientôt du premier single malt brésilien, qui nous arrive à la rentrée. Hé ! Hé !

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

• Un rhum à base de canne française métropolitaine (what ?)

Kévin Toussaint en a rêvé, et Guillaume Ferroni n'aime rien tant que donner vie aux rêves pourvu qu'ils soient en couleur et titrent à plus de 40°. Le jeune agriculteur a réussi le pari fou de réimplanter de la canne à sucre près de Hyères réimplanter, oui, car des textes du XVIe siècle attestent de la présence de la graminée sur la côte varoise. Et le distillateur d'Aubagne en a quintessentialisé le jus (fermenté 11 jours) en alambic du XIXe, après que les cannes eurent été broyées dans un pressoir à vin pour bien se compliquer la vie sinon on s'ennuierait un peu, n'est-il point ? Le rêve en noir (comme la bouteille) et rose (comme le volatile qui orne l'étiquette) se décline en 114 bouteilles d'un déjà culte Flamant Rhum.

• La Favorite explore

La petite distillerie de rhum martiniquaise poursuit ses aventures expérimentales avec Exploration N°3. Issu de la récolte 2020, cet ESB a séjournée 18 mois dans 15 fûts assemblés : 9 de chêne américain et 6 de chêne européen passés par 3 types de chauffe. A l'heure où je poste, malheureusement, la fiole qui m'aurait permis de vous en dire plus n'a pas encore trouvé le chemin de ma boîte aux lettres. A suivre sur les réseaux sociaux.

CASTELNICOLAS2 - CISION 363961083
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

• Bushmills s'encanaille version Peaky Blinders

La plus ancienne distillerie d'Irlande sort une édition Prohibition Recipe en partenariat avec les producteurs de la série Peaky Blinders, dont la dernière saison arrive sur Netflix le 10 juin. Un aller-retour dans les années 20 qui vous expédie sur un coin de bar dans le pub des Shelby. Notez bien qu'il existe depuis 2017 toute une gamme de liquides griffés Peaky Blinder (au singulier) : gin, bourbon, Irish whiskeys (distillés par Great Northern), etc, lancés par Sadler's. Mais ceux-là sont plutôt en bisbille avec les producteurs du show !

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

• *D'autres news dans le nouveau Whisky Magazine spécial Islay, disponible ici*

CASTELNICOLAS2 - CISION 363961083

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

RayonBoissons

www.rayon-boissons.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **39475**
Sujet du média : **Economie - Services**

14 Juin 2022
Journalistes : **U.B.**
Nombre de mots : **1365**

Visualiser l'article

La nouvelle cuvée de Jack Daniel's débarque en exclusivité chez Nicolas

Deux ans après avoir référencé en exclusivité les versions fruitées bio de **Ricard** , **Nicolas** frappe de nouveau un grand coup. Pour ses 200 ans, l'enseigne caviste s'est en effet offert le droit de commercialiser la nouveauté de **Jack Daniel's** . L'événement est d'autant plus important que la signature de **Brown-Forman** innove rarement. C'est le cas cette année avec **une cuvée baptisée bonded.** Ce nom fait référence à l'appellation "Bottle-in-Bond", qui stipule que le whiskey doit provenir d'une seule distillerie, être produit lors d'une seule saison de distillation, vieilli au moins quatre ans et embouteillé à 50°.

Cette innovation reprend la recette traditionnelle de la version Old N°7 mais en étant vieillie dans des fûts entaillés, ce qui lui confère " *un caractère plus intense, riche et boisé"* , d'après son producteur. À 50°, ce whiskey offre également *"un goût plus prononcé de chêne et de caramel avant de laisser place à une finale épicée"* . Jack Daniel's bonded sera vendu 42,90 € les 70 cl. Après **la cuvée manifest de Jägermeister** et le whisky néo-zélandais **Pokeno** , il s'agit de la troisième exclusivité de l'année pour Nicolas sur la catégorie des spiritueux.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Bimestrielle**
Audience : **260000**
Sujet du média :
Gestion d'entreprise-Management

Edition : **Juin - juillet 2022 P.120**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **195**

Afterwork | Shopping

Alcool

1. LAKE ANTOINE UPPER, RENEGADE CANE RUM 50%, 55 € (70 cl). Produit sur l'île de la Grenade, ce rhum 100% jus de canne aux notes de fruits blancs et herbacées convaincra les initiés. **whisky.fr**

2. BLANC DE BLANCS, RUINART, 80 € (75 cl). Enrobé d'un étui design, ce champagne (100% chardonnay) emballe par ses notes fruitées et ses bulles fines et franches. **ruinart.com**

3. ICE IMPÉRIAL, MOËT & CHANDON, 48 € (75 cl). Cette cuvée séduit par son fruité intense, sa richesse en bouche et sa note finale toute de fraîcheur. **moet.com**

4. HATAZOKI 46%, 50,90 € **(70 cl).** Parfum de céréales et fruits secs, notes fumées et miellées au palais pour ce whisky japonais pure malt. **nicolas.com**

5. THE DALMORE 21 ANS 43,8%, 640 € (70 cl). Chef-d'œuvre écossais, ce singe malt riche et complexe a vieilli dans des fûts d'exception ! **Vendu chez les cavistes.**

6. HENDRICK'S NEPTUNIA 43,4%, 42,50 € (70 cl). Surprenant, ce gin mêle harmonieusement les arômes d'agrumes et ceux de plantes botaniques côtières. **whiskylodge.com**

7. BELLE RIVE, SPIRIT BROTHERS 40%, 58 € (70 cl). Bouquet floral original (lavande, rose de mai, fleur d'oranger et violette) pour ce gin conçu à Grasse. **spirit-brothers.com**

SERVICES DE PRESSE

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LUXSURE

www.luxsure.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **9226**
Sujet du média : **Lifestyle**

16 Juin 2022
Journalistes : **pascal iakovou**
Nombre de mots : **1347**

Visualiser l'article

SANTA TERESA 1796 surprendra tout amateur de rhum pour cette fête des pères

Fondée en 1796 et située dans la vallée montagneuse d'Aragua, l'Hacienda est plus qu'une maison. Elle a résisté aux guerres, aux révolutions, aux invasions et même aux dictateurs. Il y a toujours eu de la canne à sucre et depuis 1830, il y a toujours eu du rhum. L'Hacienda Santa Teresa représente la réussite, peu importe les épreuves que la vie vous réserve.

L'histoire de la maison a commencé en 1796, lorsque l'Hacienda Santa Teresa a été fondée. Le café, le cacao et la canne à sucre ont poussé, les principales matières premières du rhum.

En 1830, un jeune marchand allemand, Gustav Julius Vollmer, arriva au Venezuela, rencontra une femme révolutionnaire nommée Panchita Rivas et les deux se marièrent finalement en 1830. La famille Vollmer est née: leurs descendants dirigent aujourd'hui Santa Teresa.

Vieillies selon la méthode traditionnelle Solera, généralement réservée à la production de sherry, Les bouteilles de SANTA TERESA 1976 contiennent chacune quelques gouttes du tout premier tonneau datant de 1796, qui n'a jamais été vidé. Avec son arôme fruité et boisée et ses notes de noix, de cuir, de vanille, de cannelle, De chocolat noir, de pruneaux et d'un soupçon de miel et de poivre, le SANTA TERESA 1796 surprendra tout amateur de rhum pour cette fête des pères.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Disponible chez Nicolas, 64,90€ la bouteille.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

PARIS : Manifest, la nouvelle liqueur iconique

Nouvelle référence de la marque iconique à la tête de cerf, Manifest tire son originalité d'une sélection supplémentaire de plantes d'exception et d'une cinquième macération.

Sans rien dévoiler des secrets de sa fabrication, on peut révéler un processus de maturation en deux temps et un vieillissement de 15 mois en petits fûts de chêne.

Raffiné, minutieux, ce spiritueux se savoure avec délectation et modération, à la manière d'un excellent whisky ou d'un très bon cognac. Au fil des dégustations, l'expérience sensorielle est sans cesse renouvelée. Épicé, sucré, amer, herbacé... Différents profils aromatiques se dégagent, créant la surprise à chaque gorgée.

Manifest s'adresse à un public plus averti. Ce dernier dégustera cet élixir en prenant le temps d'en goûter chaque saveur. Servi sec, légèrement frais ou en long drink avec du ginger ale, **Manifest** pourra aussi s'apprécier en cocktail, s'alliant à des boissons élégantes et raffinées, tel le cognac Meukow.

Plus que jamais, **Manifest** réaffirme l'esprit décalé de Jägermeister, ce goût pour la transgression qui pousse chaque fois la marque allemande à réinventer ses propres règles.

Manifest , une liqueur d'exception à découvrir en avant-premie?re dans le re?seau des cavistes Nicolas et sur le site web de la marque : https://www.jagermeister.com/fr-FR/ou-acheter-jagermeister

50 cl 38 % vol. / PMC : 28-30 €

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

courriercadres.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **26618**
Sujet du média : **Gestion d'entreprise - Management**

17 Juin 2022
Journalistes : **Céline Tridon**
Nombre de mots : **6667**

Visualiser l'article

8 spiritueux à offrir ou à s'offrir

Single malt, blended malt, tourbé, épicé, boisé... Des mots qui résonnent pour les amateurs de whisky, gin ou autre rhum, ces nectars à apprécier purs, avec ou sans glaçons, ou en cocktails. Voici une sélection lifestyle qui ravira les plus épicuriens.

L'original : whisky Port Charlotte SC: 01 2012

CASTELNICOLAS2 - CISION 364211972

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

La distillerie Bruichladdich poursuit le renouveau de Port Charlotte, sa marque fortement tourbée.

Cette cinquième édition limitée issue de la Cask Exploration Series s'appelle Port Charlotte SC: 01 2012. Un nom complexe pour un single malt dont le parcours de maturation est unique : les assemblages sont vieillis dans différents types de fûts (sherry, whisky américain) avant d'être placés en fûts de Sauternes. Avec des notes florales et fruitées au nez et la puissance de la tourbe et de la douceur du chêne en bouche, le dernier-né de Bruichladdich est à la fois fin et équilibré.

110 €, en vente chez les cavistes

Le traditionnel : armagnac hors d'âge du Domaine Tariquet

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Elu deux fois « Producteur d'armagnac de l'année », dirigé par la famille Grassa depuis 1912, le Domaine Tariquet connait son territoire et le savoir-faire qui va avec. D'ailleurs, il produit vins et bas-armagnacs, exclusivement à partir des vignes de la propriété, comme en témoigne son armagnac hors d'âge. Ce dernier, composé à 60 % d'ugni blanc et à 40 % de baco, possède un nez intense, où le cacao s'impose à la vanille. La bouche est ronde, fraîche et souple, renforcée par des senteurs de grillé et de figue fraîche. A la fois élégant et complexe.

49,95 €, en vente chez les cavistes Nysa

L'orfèvre : rhum Phraya Gold

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

C'est en Thaïlande, au sein d'une distillerie parmi les plus anciennes du pays et à partir des cannes à sucre locales, qu'est produit le rhum Phraya. Sa version Gold, embouteillée à la main, rassemble des rhums vieillis entre 7 et 12 ans. Au nez, s'expriment la vanille, le miel et la noix de coco avant de laisser place aux notes d'épices douces. En bouche, les notes gourmandes de crème brulée et de caramel sont suivies d'arômes fruités. La robe est dorée, forcément. Il est donc clairement question d'or, jusque que sur la bouteille dont le décor évoque l'inspiration orientale. Un beau produit dans un joli écrin, donc.

49,90 € ; en vente à la Maison du Whisky, 20 rue d'Anjou, Paris 8e et chez Fine Spirits, 6 carrefour de l'Odéon, Paris 6e ou sur www.whisky.fr

Le personnalisé : whisky Cuvée Privée

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Adopter de l'orge ? Suivre l'évolution de sa plantation et obtenir une bouteille personnalisée ? C'est ce que propose Cuvée Privée. L'entreprise, qui s'est spécialisée dans l'adoption de pieds de vignes, propose également une gamme spiritueux. En partenariat avec la ferme distillerie Rozelieures, les adoptants reçoivent tous les trois mois un coffret saison avec une bouteille de leur propre whisky personnalisé à leur nom et accompagné d'une bouteille surprise du domaine. Chaque adoption comprend aussi une visite au domaine pour 2 personnes, ainsi qu'une adhésion au Club Cuvée Privée. Parmi les propositions de bouteilles : le whisky fût de Vosne-Romanée, un single mal affiné en ex-fût de Vosne-Romanée du climat bourguignon « Les Combes Brûlées ». Un produit gourmand !

440€ pour 1 an d'adoption (soit 4 coffrets saison) ou 110€ / trimestre ; *http://cuvee-privee.com/*

Le bio : gin Normindia

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

La distillerie Coquerel, basée dans le Calvados, a imaginé cette nouvelle recette, issue de la macération de huit ingrédients botaniques biologiques (genièvre, orange, citron, coriandre, clou de girofle, fleur Lily, cannelle et pomme) dans de l'alcool de blé bio français. Le gin Normindia bio peut ainsi se prévaloir d'une palette aromatique riche, aux notes fruitées, d'agrumes, d'épices douces et florales. Typique d'un vieux calvados. La distillerie est d'ailleurs réalisée une colonne en cuivre traditionnelle aussi utilisée pour la conception des calvados Coquerel.

40 € ; en vente sur http://calvados-coquerel.com/

Le subtil : whisky Black Bottle

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le Black Bottle est un blend écossais appréciable (sélection de malts et de grains), qui n'a rien à envier à certains single malts. Légèrement tourbé, le goût est riche et délicatement fumé, laissant ressortir des arômes de miel. La finale est à la fois douce et épicée. A savoir, cette version de Black Bottle relancée en 2013 est issue d'une recette restée inchangée pendant plus 130 ans.

25 € en vente en GMS et sur http://fancycellar.fr/

L'intense : Jack Daniel's Bonded

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Pour la première fois depuis 25 ans, Jack Daniel's lance un nouveau whisky premium à l'international : Jack Daniel's Bonded. Ce dernier s'appuie sur la recette traditionnelle qui fait le succès de la marque. Sa particularité ? Il est vieilli dans des fûts particuliers, entaillés : le whisky est ainsi exposé à plus d'interactions avec le bois, ce qui lui donne un caractère plus riche. Son goût prononcé de chêne et de caramel laisse place à une finale épicée persistante.

A savoir, ce Jack Daniel's est qualifié de Bottle-in-Bond, une appellation des Etats-Unis qui stipule que le whisky doit provenir d'une seule distillerie, être produit lors d'une seule saison de distillation, vieilli au moins quatre ans et embouteillé à 50°.

Prix de vente : 42,90 € ; Jack Daniel's Bonded est vendu en exclusivité chez les cavistes Nicolas. Lancement grand public en septembre 2022.

Le somptueux : whisky The Dalmore 21 ans

CASTELNICOLAS2 - CISION 364211972
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Il s'agit là d'un produit rare, vieilli dans d'anciens fûts de bourbon en chêne blanc américain. Le Dalmore 21 ans est ensuite transféré dans des fûts de Xérès Oloroso Matusalem de 30 ans d'âge, fournis par la bodega andalouse Gonzalez Byass. Ces fûts d'exception, sélectionnés à la main, apportent au single malt un caractère riche et complexe et lui permettent de révéler tout son potentiel : au nez, notes d'orange, de chocolat amer et d'épices douces. En bouche, réglisse, fruits des bois et noix grillées. En bouche, une finale longue et persistante avec des arômes de pêche, ginseng, poires façon Tatin et orange sanguine.

A savoir, The Dalmore 21 est présenté dans un précieux étui bleu marine, avec l'année 2022 gravée sur chaque bouteille.

640 € ; en vente à la Maison du Whisky, 20 rue d'Anjou, Paris 8e et chez Fine Spirits, 6 carrefour de l'Odéon, Paris 6e ou www.whisky.fr

CASTELNICOLAS2 - CISION 364211972
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **12216**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

20 Juin 2022
Journalistes : **Ch. Hamieau**
Nombre de mots : **1960**

maltsethoublons.com

Visualiser l'article

Lancement du Jack Daniel's Bonded en exclusivité chez Nicolas

Jack Daniel's lance un nouveau whiskey premium à l'international. Jack Daniel's Bonded.

Et pour la première fois depuis 25 ans il est à retrouver en exclusivité dès ce mois de juin, et tout au long de l'été, chez les cavistes Nicolas avant son lancement au grand public en septembre.

« Nous sommes ravis de proposer aux clients Nicolas de découvrir en avant-première Jack Daniel's Bonded. Proposer des produits d'exception, que nos clients ne trouveront nulle part ailleurs, fait partie de nos priorités chez Nicolas. Après s'être associés avec Whiskies du Monde pour proposer aux clients Nicolas de devenir les ambassadeurs d'une nouvelle terre de Whisky, la Nouvelle-Zélande, représentée par la distillerie Pokeno, et avoir annoncé être le distributeur exclusif de la nouvelle liqueur Jagermeister Manifest, nous sommes fiers de faire découvrir la nouvelle création Jack Daniel's à nos clients » déclare Christopher Hermelin, en charge du Marketing et de la Communication chez Nicolas.

Le recette de Jack Daniel's Bonded est, comme pour tout « Jack », toujours élaborée à partir de maïs, de seigle et d'orge. Par contre Jack Daniel's Bonded est vieilli dans des fûts particuliers, à savoir entaillés dans l'intérieur: une technique pour exposer le whiskey à plus d'interactions avec le bois afin de lui confèrer un caractère plus intense, plus riche et boisé.

Le Jack Daniel's Bonded est embouteillé à 50° et les notes de déguistation de la distillerie le décrive comme offrant un goût plus prononcé de chêne et de caramel avant de laisser place à une finale épicée agréablement persistante.

Jack Daniel's Bonded est considéré comme un Bottle-in-Bond, une appellation des Etats-Unis qui stipule que le whiskey doit provenir d'une seule distillerie, être produit lors d'une seule saison de distillation, vieilli au moins quatre ans et embouteillé à 50°.

Il est disponible au prix conseillé de 42,90 euros la bouteille 70 cl.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

GLOSE

glose.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **12456**
Sujet du média : **Lifestyle**

22 Juin 2022
Journalistes : **Glose**
Nombre de mots : **4205**

Visualiser l'article

Unique : déguster du saké à la pression avec Wakaze ! (Paris 5e)

La marque de saké français Wakaze a ouvert en mai dernier son premier restaurant, un izakaya , dans le 5e arrondissement de Paris afin de démocratiser le saké pour tous ! On y était !

○ Wakaze, le brasseur de saké made in France ○

En lançant leur restaurant au coeur d'un quartier animé et festif, Wakaze vise à populariser cette boisson que tout le monde connaît sans vraiment l'avoir goûtée : le saké ! *(Oublie les saké servis en fin de repas dans les restos chinois. O-U-B-L-I-E !).*

Wakaze vous propose une expérience unique : **déguster du namazaké (un saké non-pasteurisé) à la pression brassée en France !** C'est à la fois fou et une première en France. En effet, fragile et délicat, le namazaké est un saké difficile à exporter hors du Japon sans compromettre sa qualité. Grâce à sa brasserie, le saké peut se boire chaud, froid, pasteurisé, ou encore aromatisé. Il est ainsi possible de découvrir au restaurant toute la richesse du saké avec des verres à 6 € ou 7 €. **Wazaké est le fruit d'un savoir-faire japonais allié aux produits du terroir français !** Le résultat est détonnant !

La marque utilise du riz Japonica cultivé en Camargue. Sa levure française bio apporte des notes fruitées, florales et minérales. Le koji est fabriqué à la main à partir de riz de Camargue.

Côté restauration, le chef vous propose une variété de tapas japonaises (Otsumami) à base d'ingrédients fermentés à déguster autour du saké. Kôji , lie de saké, miso et soja sont ainsi mis à l'honneur grâce à des plats alliant produits français et savoir-faire japonais.

○ Mon avis : un saké mi-japonais mi-français ○

Si le lieu est moderne et intimiste avec ses lumières tamisées il est aussi petit: il ne contient pas plus de 15 personnes. Son espace rappelle les bars minuscules du quartier Golden Gai à Tokyo. Et encore vous êtes larges à Wazaké Paris. Parfois, on ne rentre pas à plus de 8 dans ces bars tokyoïtes !

Au centre, un grand comptoir en U accueille le visiteur. Une configuration spatiale qui appelle à la convivialité et à la découverte de son voisin...

Si au nez, il a les caractéristiques du saké, en bouche, il a plus de caractère, il est à mi-chemin entre le vin blanc et le saké. Pourtant il n'y a que du riz et aucune présence de raisin. La première impression est surprenante. le Barrel est même vieilli dans les fûts de Bourgogne.

Voici les 4 sakés, d'environ 13°, servis en pression :

- **THE CLASSIC** : idéal pour l'apéro
- **THE BARREL** : plutôt rond et fort *(à accompagner avec des viandes en sauce et desserts)*
- **YUZU SAKÉ :** à déguster avec du poisson cru, ceviche
- **ICHIGO SAKÉ :** plus gourmand et sucré, il est fermenté avec de la fraise de Plougastel. Perso c'est mon préféré. Pour l'originalité et idéal pour l'été à boire frais !

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Vous êtes amateurs de sakés ou tout simplement curieux ? Vous êtes donc prêt à goûter votre premier saké au riz de Camargue servi en pression !

○ Informations ○

Adresse *: Wakaze Paris, 31 Rue de la Parcheminerie, 75005 Paris*

Horaires *18h00-23h00 (Dernier service. 22h00)*

Prix *:* ***bar à saké*** *: Saké au verre (100ml, saké pasteurisé en bouteille) entre 6-7 €, Namazaké (100ml, saké non pasteurisé à la pression) entre 7-8 € //* ***Tapas japonaises*** *: entrées comprises entre 5 à 12 €, plats entre 10 et 16 €, desserts entre 5 et 8 €*

Site *: wakaze-sake.com/fr/*

Déjà disponible en ligne sur tout le territoire français, les sakés WAKAZE FRANCE sont aussi distribués dans plus de 300 magasins de l'enseigne NICOLAS.

Nombre de places: 15

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

CASTELNICOLAS2 - CISION 364370982

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

CASTELNICOLAS2 - CISION 364370982

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Dégustation : Whisky Chivas Regal 12 ans

Cette semaine, une autre dégustation d'un whisky écossais bien connu des amateurs français, avec un Chivas Regal 12 Ans. Comment boire un Chivas 12 ans ? Voyons ensemble ce que vaut la bouteille la moins chère de la gamme.

- Histoire de la marque Chival Regal et du 12 ans d'âge
- La dégustation du Chival Regal 12 ans
- La bouteille du Chival Regal 12 ans
- Notre avis sur le Chival Regal 12 ans
- Où acheter le Chival Regal 12 ans

Histoire de la marque Chival Regal et du 12 ans d'âge

Chivas Regal est un whisky écossais produit par Chivas Brothers, qui fait partie de Pernod Ricard. La marque a été fondée en 1801 par les frères Henry et James Chivas. Aujourd'hui, la marque Chivas Regal est distribué dans plus de 150 pays et fait partie des leader en France. Ce whisky est produit dans la région de Speyside en Écosse, au nord des Highlands.

Le Chivas Regal 12 Year Old a été lancé en 1909 et est un mélange de plusieurs whiskies de malt et de grain différents. Le

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

plus jeune whisky du mélange a au moins 12 ans et ils sont vieillis dans des fûts de Bourbon américain et de Xeres.

Ce 12 ans d'âge est l'entrée de gamme de Chivas Regal, mais aussi le plus vendu dans le monde.

La dégustation du Chival Regal 12 ans

Pour cette dégustation, j'ai utilisé un verre Glencairn , particulièrement adapté à ce type de spiritueux..

Le Chivas Regal 12 ans d'âge a une couleur dorée claire. Au nez, on peut immédiatement détecter des notes florales et fruitées, avec une pointe de miel. En bouche, le whisky est très doux et délicat. Les notes florales et fruitées du nez sont confirmées, elle tapissent le palais, et on perçoit également une légère douceur. La finale est courte et légèrement asséchante, avec des notes de chêne.

C'est un whisky qui reste relativement jeune mais développe une vraie personnalité, tout en restant très accessible. Le Chivas Regal 12 ans peut se boire pur, mais aussi en cocktail. Nous avons choisi de faire un cocktail très classique, le Old Fashioned.

Ingrédients :

- 4 cl de Chivas Regal 12 ans d'âge
- 2 traits de bitters d'Angostura
- 1 morceau de sucre
- 1 zeste d'orange

Préparation :

- Faites tremper le morceau de sucre dans les Angostura bitters.
- Placez le morceau de sucre au fond d'un verre et écrasez-le.
- Ajoutez le Chivas Regal 12 ans d'âge.
- Coupez une bande d'écorce d'orange, faites-la tourner au-dessus du verre pour libérer les huiles, puis déposez-la dans le verre.

Cocktail Old Fashionned

CASTELNICOLAS2 - CISION 364376048

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Cocktail Old Fashionned

Le Old Fashioned est un cocktail très classique, qui met en valeur la douceur du Chivas Regal 12 ans.

La bouteille du Chival Regal 12 ans

Le design classique de la bouteille de Chivas Regal 12 ans n'a pas beaucoup changé au fil des ans. L'étiquette est rouge et or, avec le logo de la marque au centre. La bouteille est fermée par un bouchon de liège naturel.

CASTELNICOLAS2 - CISION 364376048

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

La présentation du whisky est classique et élégante, comme il sied à un scotch de cette gamme de prix.

Notre avis sur le Chival Regal 12 ans

Le Chivas Regal 12 Year Old est un très bon whisky d'entrée de gamme supérieur. Il est facile à trouver et relativement abordable. C'est également un whisky qui peut être dégusté pur ou dans un cocktail.

Nous recommandons ce whisky à tous ceux qui recherchent un bon scotch d'entrée de gamme, ou qui veulent explorer le monde des cocktails. C'est le genre de bouteille « facile » à boire, connue de vos invités et qui rassurera les amateurs de whisky peu téméraires.

Où acheter le Chival Regal 12 ans

Si vous souhaitez acheter du Chival Regal 12 ans, vous en trouverez assez facilement en ligne, chez La Maison du Whisky , ou chez Amazon , mais aussi dans l'immense majorité des hyper et supermarchés comme Carrefour & Auchan ou les cavistes comme Nicolas .

Découvrez toutes nos dégustations de spiritueux

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Terre de Vins

www.terredevins.com

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **57674**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

22 Juin 2022
Journalistes : **Frédérique Hermine**
Nombre de mots : **5118**

Visualiser l'article

Des éditions limitées pour fêter l'été

Diaporama : 7 photos, https://www.terredevins.com/actualites/des-editions-limitees-pour-feter-lete

Pour créer l'événement, attiser la curiosité et embellir la table de la terrasse à l'arrivée de l'été, rien de tel qu'une édition limitée avec un contenant revisité ou un jus inédit.

Nombre d'acteurs du vin et surtout des spiritueux les réservent pour les linéaires de fins d'années ou pour fêter l'anniversaire d'un domaine mais quelques-uns décident d'honorer l'arrivée des beaux jours et c'est peu dire par la météo qui court, avec une cuvée spéciale afin de susciter la curiosité entre plage et terrasse. On en profite pour valoriser un cépage ou une parcelle, pour mettre un peu de gaieté et d'originalité dans le packaging ou pour confier l'habillage de la cuvée à un artiste. Pour fêter l'été, voici donc une petite sélection de cuvées particulières

Minuty M par Léa Amati et Elsa Leydier

Pour la 5ème édition, Minuty a fait appel à deux créatrices pour poursuivre le voyage artistique de sa cuvée emblématique Minuty M. La tatoueuse parisienne Léa Amati qui a revisité le paysage méditerranéen dans des nuances bleutées est accompagnée pour l'occasion d'Elsa Leydier, photographe vivant entre le Brésil et La France. Sa création habille un assemblage de grenache, cinsault et syrah fraîs, rond et intense sur des notes gourmandes de pêche, groseille et écorces d'orange confite.

14,50€ TTC www.minuty.com

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Ackerman cuvée X Noir cuvée estivale

Créé il y a une quinzaine d'années, cette cuvée de la Maison Ackerman, premier acteur des fines bulles de Loire, s'est fait remarquer d'emblée par son habillage décalé en fuchsia et noir. Cette cuvée de bulles 100% pineau d'aunis, le plus vieux cépage ligérien, issus des Coteaux-du-Vendômois lance régulièrement des éditions limitées avec notamment de jeunes artistes locaux. Un ambassadeur vif, fruité et poivré qui fait pétiller l'été dans une nouvelle bouteille sleevée haute en couleurs, fleurs et épices signée par la jeune illustratrice designer Lucille Pattern.

6,85€ en circuit GMS et sur ackerman.fr

Nicolas Feuillatte Réserve Exclusive Rosé

La maison champenoise s'est offert un nouveau flacon en édition limitée orné d'une branche de fleurs de cerisiers sérigraphiée pour son Réserve Exclusive Rosé, assemblage de 45 % de pinot noir, autant de pinot meunier, 10 % de chardonnay complété de 16 % de vin rouge. Un bouquet intensément fruité sur des arômes de fraise, framboise, groseille, myrtille...

35 € chez Nicolas et dans les boutiques Nicolas Feuillatte nicolas.feuillatte.com

Lanson Le Rosé Fruit Market

Dans un étui inédit et coloré pour l'été, un rosé fruité et rafraîchissant sur des bulles fines, des notes de fruits rouges (fraise, framboise, grenade, groseille) et d'agrumes. Un assemblage de 53 % pinot noir, 32 % chardonnay et 15 % pinot meunier complétés de 7 % de vin rouge avec une part importante de vins de réserve.

42 € chez une sélection de cavistes et boutique.lanson.com

Ruinart par Claude Viallat

La Maison Ruinart poursuit ses collaborations avec les artistes au fil des éditions limitées de ses cuvées emblématiques. La dernière création, signée par l'artiste et coloriste français Claude Viallat, a revisité en variations chromatiques (du rosé pour le rosé, du jaune pour le blanc de blancs, du vert pour le brut et le millésimé) son motif signature sur les étuis seconde peau des magnums de R de Ruinart, Ruinart Rosé, Ruinart Blanc de Blancs et Ruinart Millésimé. Chaque étui, numéroté et signé, est proposé en 50 exemplaires. En exclusivité à la Maison Ruinart à Reims en format magnum, R de Ruinart (750 €), R de Ruinart Millésime 2009, Ruinart Blanc de Blancs et Ruinart Rosé (900 €).

Côtes-du-Rhône rouge Arcane VI Xavier Vignon Les Amoureux 2016

Dans la série Arcane, l'expression d'un millésime, d'un cépage ou d'un terroir, l'oenologue-vigneron Xavier Vignon nous offre Les Amoureux, ode au grenache et au 2016. Pour la première fois, il a assemblé cinq grenaches de crus méridionaux (Lirac, Gigondas, Beaumes-de-Venise, Vacqueyras et Rasteau) associé à un peu de mourvèdre, cinsault et caladoc, qu'il a élevé après une longue macération en cuves béton pour préserver la minéralité du vin qui lui est si chère. Une cuvée dense, racée et élégante sur des tanins de velours, un bouquet de fruits noirs (mûres, prunes, cerises Bigarreau) et de garrigue sur une finale délicatement épicée.

29,90 € www.xaviervignon.com

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Cognac de Caractère de Maison Camus

La Maison Camus lance une série de cognacs très aromatiques dont le bouchon, le galon, l'étiquette et les arômes sont personnalisables. Présentés dans une bouteille-montre, vous pouvez opter pour un profil à l'accent floral, fruité ou épicé, à base d'eaux-de-vie de folle blanche et/ou d'ugni blanc, jeunes ou vieillies. En sus, la signature de celui ou de celle qui l'offre sur le flacon.

130 € (70 cl) camus.fr

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

DÉCISION boissons
L'hebdomadaire des décideurs du monde des liquides

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Agroalimentaire-Agriculture
Economie-Services

Edition : **24 juin 2022 P.4**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **146**

Nicolas lance en exclusivité un whisky néo-zélandais

Le caviste Nicolas s'est associé avec l'importateur et distributeur Whiskies du Monde pour proposer en exclusivité un whisky néo-zélandais, issu de la distillerie Pokeno. Le whisky, qui porte le nom d'un village situé à 30 minutes au sud d'Auckland, sur l'Île du Nord de la Nouvelle-Zélande, est produit par une distillerie fondée par Matthew Johns, en 2018. Élaboré spécialement pour cette collaboration, le whisky Pokeno Révélation est issu de l'assemblage de whiskies vieillis dans des fûts de premier remplissage de bourbon et des fûts de vins néo-zélandais. Il est disponible en prévente depuis le 30 mai dans les 506 caves Nicolas. Seules 400 bouteilles sont disponibles en avant-première, au prix de 50 €. Numérotées et signées par le fondateur et Master Distiller de la distillerie Pokeno, Matthew Johns, ces bouteilles seront disponibles courant octobre.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Du 24 au 30 juin 2022**
P.6
Journalistes : **C.F.**
Nombre de mots : **92**

Jack Daniel's Bonded lancé en exclusivité chez Nicolas

FRANCE

Depuis le mois de mai, Manifest, la nouvelle liqueur imaginée par Jägermeister (50 cl, 38°, PVC : 29,90 €, distribution Major SA), est commercialisée en avant-première dans les caves Nicolas. Aujourd'hui, l'enseigne lance également Bonded en exclusivité, le nouveau whiskey signé Jack Daniel's (70 cl, 50°, PVC : 42,90 €, distribution Brown-Forman). « *Chez Nicolas, proposer des produits d'exception que nos clients ne trouveront nulle part ailleurs fait partie de nos priorités* », explique Christopher Hermelin, directeur marketing et communication de Nicolas. ■ *C.F.*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

KISS MY CHEF

kissmychef.com

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **48027**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

26 Juin 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **2655**

Visualiser l'article

Manifest, la liqueur que l'on prend le temps de déguster

Après Scharf, la version intense et épicée, Jägermeister dévoile de nouvelles saveurs. Manifest est une liqueur aux herbes, travaillée comme un spiritueux d'exception et destinée à tous les amateurs de cognac ou de whisky.

Icône des soirées les plus branchées, Jägermeister réaffirme son identité singulière avec le lancement de Manifest. Réinventant sans cesse ses propres règles, la marque s'adresse cette fois aux amateurs de spiritueux qui, aux shots glacés des nuits électro, préfèrent l'ambiance feutrée de bars « speakeasy ». Manifest inscrit ainsi Jägermeister dans un nouveau récit, celui d'une dégustation qui laisse place aux sens. Cette liqueur aux herbes, travaillée comme un spiritueux, se fait la promesse d'une expérience gustative résolument unique à chaque dégustation. Des saveurs inédites pour une boisson qui s'affirme comme l'expression ultime de Jägermeister.

En créant Manifest, Jägermeister écrit ainsi une nouvelle page de son histoire, et entend plus que jamais accompagner les fidèles de la marque tout au long de leurs expériences de dégustation.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

S'inspirant de l'élixir original de la marque allemande , Manifest tire son originalité d'une sélection supplémentaire de plantes d'exception et d'une cinquième macération. Sans rien dévoiler des secrets de sa fabrication, on peut toutefois révéler un processus de maturation en deux temps et un vieillissement de 15 mois en petits fûts de chêne qui confère à la liqueur de légères notes boisées en fin de bouche.

Raffiné, minutieux, ce spiritueux se savoure avec délectation et modération, à la manière d'un excellent whisky ou d'un très bon cognac. Au fil des dégustations, l'expérience sensorielle est sans cesse renouvelée. Epicé, sucré, amer, herbacé... Différents profils aromatiques se dégagent, créant la surprise à chaque gorgée. Servi sec, légèrement frais ou en long drink avec du ginger ale, Manifest peut aussi s'apprécier en cocktail , s'alliant à des boissons élégantes et raffinées, tel un cognac.

Jägermeister Manifest est disponible chez les cavistes Nicolas au prix de 30 € la bouteille de 50 cl.

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

Chaque semaine, Constance vous parle, selon la pertinence de l'actu, de matières premières, de nouveaux produits, de chefs, de bonnes adresses, de métiers de bouche, de vins et spiritueux, de formations, de food tech, de livres... Elle vous tient au courant de la Gastronomie en France.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

france bleu

www.francebleu.fr

Famille du média : **Radios Nationales**
Audience : **5651502**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

29 Juin 2022
Journalistes : **Jérôme**
Prod'homme/Nathalie Milion
Nombre de mots : **746**

Visualiser l'article

On cuisine Thaï

C'est une cuisine très fine, à base de légumes, et réputée dans le monde entier que nous avons pratiqué aujourd'hui avec Karine Lépine, cheffe du restaurant "Madame".

trop bon © Getty - Crédits : Nazar Abbas Photography Créatif - n° : 1271294795

Entre les soupes et le curry, Karine nous a donné plein de recettes et de bonnes adresses pour se procurer de bons produits de Thaîlande en Lorraine.

Notre cheffe

Karine Lépine tient le restaurant "Madame" au faubourg des III maisons à Nancy.

Notre expert culinaire

Nicolas, caviste aux "Domaines" à Nancy derrière l'hôtel de ville, nous a donné son coup de coeur vin du moment : le vin de Grignan les Adhémar...

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MAGASIN

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

LA GARENNE-COLOMBES INFOS

Famille du média : **Médias institutionnels**
Périodicité : **Mensuelle**
Audience : **22000**
Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **Juin 2022 P.29**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **213**

NICOLAS

Bonne dégustation avec Fabrice et David !

Le célèbre magasin de boissons accueille un nouveau responsable.

Après dix-sept années à partager sa passion pour les bons vins, Franck Jouan, cogérant du magasin Nicolas de La Garenne-Colombes, prend une retraite bien méritée. Il remercie pour l'occasion tous les clients du magasin pour les moments de convivialité et de partage passés ensemble. Pour lui succéder, Fabrice Didelot, le second cogérant, a fait appel aux services d'un autre expert : David Czarnecki. Rentré chez *Nicolas* il y a quatre ans, celui-ci gérait le magasin de Suresnes. Bourguignon d'origine, il a une connaissance parfaite des vins de sa région. Pour autant, les grands classiques de *Nicolas* ne seront pas oubliés et le magasin continue de proposer une carte généraliste et accessible avec une gamme de vins, spiritueux et champagnes, très large. Ainsi, des bouteilles à partir de 3,50 euros côtoient des crus d'exception. Parallèlement, *Nicolas* développe aussi une offre de bières artisanales et propose de nombreux services.

+ D'INFOS

Nicolas
21, rue Voltaire
Tél. : 01 42 42 24 15
Ouvert du mardi au vendredi de 9 h 30 à 13 h et de 15 h 30 à 20 h ; le samedi, de 9 h 30 à 20 h et le dimanche, de 9 h 30 à 13 h.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

SECTEUR DU VIN ET DES CAVISTES

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

CAVISTES E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **46654**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Mai 2022 P.62**
Journalistes : **Adeline Le Gal**
Nombre de mots : **430**

VRAC & CONSIGNE

BOUT' À BOUT' BOOSTE LA CONSIGNE POUR RÉEMPLOI

Créée à Nantes en 2016, l'association Bout' à Bout' structure la filière de la consigne pour réemploi en Pays de la Loire et bientôt en région Centre-Val de Loire.

par Adeline Le Gal

En six ans, Bout' à Bout' est passée du statut d'association locale à celui d'entreprise régionale de dix salariés. À sa tête, Célie Couché, 37 ans, et un engagement presque militant en faveur de la consigne pour réemploi à laquelle elle ne cesse de convertir les producteurs. Ils sont soixante-dix aujourd'hui, vignerons ou brasseurs, de Loire-Atlantique, de Vendée et du Maine-et-Loire, à avoir adopté la consigne. Une quarantaine d'autres sont en cours de conversion et bientôt plus avec l'implantation de l'association en Centre-Val de Loire.

Et pourtant les débuts n'ont pas été simples, la consigne ayant disparu depuis plusieurs années. « *Il a fallu défricher tous les aspects techniques, notamment sur les étiquettes afin qu'elles s'enlèvent facilement au lavage* », explique la jeune femme. Même chose pour les bouteilles. Aujourd'hui, Bout' à Bout' propose à ses adhérents quatre types de bouteilles de vin et deux pour les bières, cidres et jus, en 33 et 75 cl. Toutes sont capables de supporter jusqu'à cinquante lavages. Elles sont surtout moins chères, 29 centimes contre 35 pour une neuve. « *Au départ, les producteurs passaient à la consigne pour le côté éco-engagé. Aujourd'hui, l'aspect économique mais aussi marketing entre en jeu.* » Pour Davy Lechardour d'ABC Terroirs, c'est « *l'évidence écologique* » qui l'a conduit à rejoindre Bout' à Bout'. Cave et épicerie fine, sa boutique située au cœur de Nantes vend et récupère les bouteilles consignées depuis cinq ans. « *La clientèle est réceptive. Pour certains, c'est même devenu un critère d'achat.* » Comme dans les cent quatre-vingt-dix autres points de collecte de Bout' à Bout' en Pays de la Loire, un camion vient régulièrement récupérer ses casiers pour les emmener à Clisson, chez Boutin Services, l'une des dernières entreprises en France à disposer d'une laveuse industrielle. Dans quelques mois, Bout' à Bout' disposera de sa propre laveuse. Pour cela, elle a lancé une levée de fonds de deux millions d'euros. « *Cet investissement nous permettra d'accélérer le développement de la consigne auprès du CHR et de la GMS* », précise Célie Couché. Elle compte ainsi multiplier son activité par quatre, passant de 500 000 à deux millions de bouteilles consignées nettoyées et remises sur le circuit chaque année. ■

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 8015533600506

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CAVISTES E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **46654**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Mai 2022 P.58-59**
Journalistes : **François Lecocq**
Nombre de mots : **949**

VRAC & CONSIGNE

HAUT LA CONSIGNE ET LE FOURGON DÉFENDENT LE RÉEMPLOI DES BOUTEILLES

Originaires des Hauts-de-France, les deux start-ups sensibilisent et aident les consommateurs, marques et distributeurs au réemploi des bouteilles dans une logique circulaire. Le Fourgon vise un déploiement national très rapide.

par François Lecocq

On économise 75% d'énergie en lavant une bouteille plutôt qu'en la fondant, on réduit de 79% l'émission de gaz à effet de serre en adoptant le circuit court et de 33% la consommation d'eau car, avant d'être fondu, le verre perdu est lavé et poli », argumente Florence Duriez, cofondatrice avec Catherine Thiebert de Haut la Consigne. Créée à Roubaix en 2020, cette start-up est spécialiste du réemploi de contenants alimentaires (bouteilles, bocaux et plats). Très engagée dans l'économie circulaire, elle veut réduire la consommation d'emballages à la source, convertir les consommateurs tout en accompagnant les industriels alimentaires, notamment du secteur des boissons, les restaurateurs et les distributeurs. Haut la Consigne a démarré ses activités avec la brasserie lilloise Moulins d'Ascq, déjà très impliquée et qui cherchait justement un partenaire pour aller plus loin. Ensemble elles lancent la filière « Ramène ta bouteille », en collaboration avec le grossiste Spenninck prêt à récupérer les bouteilles vides chez les distributeurs. « *Notre mission est de conseiller les entreprises en vérifiant que leurs bouteilles sont adaptées à une réutilisation, de leur faire adopter des colles hydrosolubles pour étiqueter leurs produits et de concevoir des tournées logistiques optimisées tout en sensibilisant les distributeurs* », poursuit Florence Duriez. Haut la Consigne entre rapidement en relation avec la Brasserie 3 Monts qui met à sa disposition sa laveuse en échange du rachat des bouteilles remises dans le cycle de la consigne. Rapidement d'autres brasseurs régionaux rejoignent la filière ainsi que des fabricants de jus de fruits et autres soupes et des distributeurs comme Biocoop, O'Tera, Supermarché Match, Auchan, Leclerc ou encore Label Vie ainsi que Le Fourgon. « *Aujourd'hui, nous comptons une trentaine de brasseurs, de fabricants de jus et une centaine de points de collecte dans les Hauts-de-France. Nous avons récupéré, lavé et réemployé 15000 bouteilles en 2020, 60000 en 2021 et nous visons les 300000 cette année* », se réjouit-elle. Haut la Consigne [1] vient de boucler une levée de fonds de 2 M€ qui va notamment lui permettre de se doter, d'ici à la fin de l'année dans la métropole lilloise, de son propre centre de lavage multi-formats et contenants. Elle va également faire passer son effectif de trois à huit salariés.

25 MILLIONS DE COLS CONSIGNÉS EN 2023

Partenaire de Haut la Consigne, Le Fourgon a été créé à Lille en avril 2021 par Charles Christory, Sté-

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4905533600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

phane Dessein et Maxime Tharin. Presque quadras, ils ont choisi de s'engager dans un projet d'entreprise à impact positif. « *Le Fourgon c'est la tournée du laitier en mode 2.0 pour inciter nos clients à consommer de manière plus durable en s'inscrivant dans une logique circulaire par la consignation des boissons que nous leur proposons* », explique Charles Christory. La société propose un catalogue digitalisé de plus de 250 références de boissons alcoolisées et non alcoolisées dont les bouteilles sont consignées, une offre qui s'enrichit au fur et à mesure de son développement avec notamment 116 références de bières, 40 de vins et champagnes, et 6 de spiritueux (gin, pastis et rhum). Elle se fournit auprès des brasseurs locaux, de grandes marques ou de grossistes, le but étant logiquement de favoriser le circuit court. Gratuites, les livraisons sont assurées par camionnettes électriques à J ou J+1, à condition que les clients achètent des caisses pleines (12 cols pour les formats de 50 cl à 1 l, 20 cols pour les contenants inférieurs), avec un coût moyen de consigne (caisse et bouteilles) de 5 €. Le Fourgon a commencé avec deux entrepôts dans la métropole lilloise et réussi à remettre en circulation 300 000 bouteilles lors de ses neuf premiers mois d'activité. De 3 000 en janvier dernier, le nombre de commandes mensuelles a doublé à la fin du premier trimestre (panier moyen non précisé), la société ayant ouvert trois nouvelles plateformes de livraison (Dunkerque, Bassin Minier et Nantes) et prévoyant de couvrir les agglomérations de Valenciennes, Amiens et Rennes au second trimestre. « *Nous préparons une importante levée de fonds pour accélérer notre expansion afin d'être présents dans une dizaine d'agglomérations d'ici fin 2022 et nous visons une vingtaine d'implantations supplémentaires l'an prochain* », poursuit Charles Christory. Le Fourgon mise notamment sur les membres du collectif France Consigne pour choisir ses futures implantations. La société annonce 5 millions de bouteilles collectées en 2022 et 25 millions l'an prochain, compte actuellement 60 salariés (200 d'ici début 2023), pour une flotte qui va passer de 20 à 40 camionnettes.

Si les brasseurs sont très impliqués et que la filière viticole se mobilise, celle des spiritueux reste attentiste, pour l'instant. « *Les marques doivent comprendre qu'une loi sur la consigne ne tardera pas à être d'actualité, notre expertise peut les aider à se convertir rapidement* », lance Charles Christory. ■

« Nous avons récupéré, lavé et réemployé 15 000 bouteilles en 2020, 60 000 en 2021 et nous visons les 300 000 cette année. »

Florence Duriez, cofondatrice avec Catherine Thiebert de Haut la Consigne

(1) Haut la Consigne fait partie du collectif France Consigne créé mi 2021, qui rassemble dix structures comparables, réparties sur le territoire national : Alpes Consigne, Bout' à Bout', Consign'up, J'aime mes bouteilles, La Consigne de Provence, L'incassable, Ma bouteille s'appelle reviens, Oc'Consign et Rebooteille.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4905533600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CAVISTES E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **46654**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Mai 2022 P.61**
Journalistes : **D.M.**
Nombre de mots : **204**

LA GAULE ET COMPAGNIE À SAINT-AMAND-MONTROND

Thomas Préault, économiste spécialisé en développement durable, et Sylvain Lesage, caviste et créateur du site de vente en ligne de bières et vins français www.capsulie.fr, lancent une cagnotte en ligne pour financer un réseau local de collecte et de lavage de bouteilles en verre. Baptisé « Adopte une bouteille », celui-ci possède déjà une laveuse d'une capacité de 2000 bouteilles par jour. Reste à financer des caisses de transport et un véhicule pour expédier les cols dans un rayon de 150 km autour du point de lavage pour permettre leur réemploi. Seules les bouteilles de types ligérien et bourguignon seront consignées puisqu'elles correspondent à celles utilisées par les vignerons qui se trouvent à proximité. « *Le gain environnemental est perdu lorsqu'on se déplace sur une distance plus importante* », explique Thomas Préault. À ce jour, une dizaine de points de collecte sont prévus dans le Saint-Amandois. Pour chaque bouteille achetée dans un commerce partenaire, le consommateur avancera une consigne de 20 centimes et son portefeuille numérique se verra ajouter une bouteille. Cette somme sera rendue et la bouteille supprimée du compte du client quand elle sera déposée vide dans un point de collecte. ■ ***D.M.***

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6015533600508

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CAVISTES E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **46654**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Mai 2022 P.56**
Journalistes : **Emmanuel Brugvin**
Nombre de mots : **422**

REPORTAGE

VINS DURABLES CHERCHENT CONSOMMATEURS ET REVENDEURS

Daniel Jourdan lance un site Internet et un sticker « Les Vins Durables » pour distinguer scientifiquement des terroirs puis faire sélectionner leurs vins sur des critères gustatifs.

par Emmanuel Brugvin

Après une carrière comme ingénieur commercial chez un équipementier pour l'industrie agroalimentaire, Daniel Jourdan a décidé, il y a trois ans, à 55 ans, de retourner à ses premières amours et d'apporter son écot à la préservation des sols agricoles. « *Le traitement traditionnel est une impasse à court terme qui mène à l'infertilité et l'érosion des sols. Seul un respect de la nature permet au vin d'apporter la totalité des qualités organoleptiques de la typicité d'un terroir.* » Après un master en commerce international des V&S à la Burgundy School of Business et une formation en ligne américaine qu'il estime être la meilleure pour parfaire sa connaissance du microbiote des sols, ce fils de viticulteur de Saint-Maximin dans le Var, et père d'un viticulteur en côtes-de-provence avec qui il a remis en état 18 hectares de vignes dégradées par les labours et produits phytosanitaires, lance aujourd'hui le site vinsdurables.fr pour commercialiser des produits qui tirent toutes les qualités naturelles du substrat végétal.

UNE DÉMARCHE SCIENTIFIQUE

La sélection débute par la rencontre de vignerons engagés dans une démarche de respect des sols chez qui il effectue des prélèvements de leurs parcelles, les analyse au microscope et demande au viticulteur de remplir un questionnaire sur ses pratiques culturales. Si la terre s'avère riche et équilibrée en micro-organismes, Daniel Jourdan fait appel au sommelier Alfredo Antonio Romo pour estimer les qualités organoleptiques des vins et effectuer une sélection sans appel. « *Ma démarche permet de mesurer un résultat final et pas simplement le respect d'un cahier des charges* », explique Daniel Jourdan. La culture en bio n'est pas un critère obligatoire même si nombre des vins retenus s'approchent d'une conduite en biodynamie. Chaque bouteille se voit apposer un sticker « Les Vins Durables ».

RECHERCHE REVENDEURS

Le site réalisé avec l'agence Com' en Provence n'est qu'une étape dans le projet d'entreprise. « *Aujourd'hui, je suis à la recherche de partenaires pour développer le concept, par exemple un réseau de cavistes qui pourrait commercialiser les produits comme véhiculer les valeurs écoresponsables au travers d'animations que je pourrais assurer.* » Autre projet : trouver un partenaire, spécialiste du marketing digital, pour développer la notoriété de sa démarche et de son site Internet. ■

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5805533600506

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CAVISTES E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **46654**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Mai 2022 P.61**
Journalistes : **D.M.**
Nombre de mots : **260**

REPORTAGE

LES CAVES MAX JOURDAIN À CUSSET

Chez Patrick Jourdain, dont l'entreprise familiale existe depuis 1964, la pratique de la consigne de bouteilles en verre n'a jamais été interrompue. Dans sa boutique, on vend depuis toujours des vins de consommation courante en « litre étoilé ». Aujourd'hui trois références de vin de France en rouge (2,40 € /l), rosé (2,90 € /l) et blanc (3 €/l). Les consommateurs rapportent leurs bouteilles vides et repartent généralement avec des pleines souvent dans un casier en plastique au nom du caviste. « *Nous faisons plutôt de l'échange, mais les consommateurs peuvent aussi se faire rembourser les 10 centimes de consignation* », précise Patrick Jourdain. La cave a pu maintenir cette pratique car elle est équipée d'une laveuse de bouteilles et d'une embouteilleuse. Une grande réserve située derrière son magasin permet aussi de ranger les fûts de vin fournis par deux entreprises héraultaises et l'important stock de bouteilles vides. « *Les bouteilles peuvent durer plus d'une décennie si elles ne sont pas rayées au moment du rinçage* », explique le caviste. Cela étant, même si la consigne bénéficie d'un nouvel éclairage médiatique, les volumes commercialisés ainsi par Max Jourdain diminuent, de 2400 cols par semaine il y a dix ans à environ 300 bouteilles à l'heure actuelle. Les plus de 65 ans constituent l'essentiel de sa clientèle. « *La consigne restera quelque chose de marginal chez les cavistes car il est de plus en plus difficile de se procurer du vin en vrac* », souligne Patrick Jourdain. ■ *D.M.*

DR

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3015533600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CAVISTES E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **46654**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Mai 2022 P.60**
Journalistes : **D.M.**
Nombre de mots : **329**

VRAC & CONSIGNE

L'APERETIK À CLERMONT-FERRAND

Ce magasin dédié à l'heure de l'apéritif fait la part belle aux produits locaux et bio. « *Nous privilégions les boissons alcoolisées de petits producteurs et certaines sont proposées en vrac avec bouteilles consignées directement en magasin* », explique Jean Borie, cogérant de la boutique inaugurée en 2017. Depuis ses débuts, L'apéretik dispose d'une machine, fournie par l'entreprise lilloise Jean Bouteille, qui permet de tirer son vin dans des bouteilles consignées à bouchon mécanique. Selon la saison, l'enseigne commercialise environ huit références de vin AOP rouge, blanc et rosé, souvent du bergerac ou du gaillac, entre 3 et 6 € la bouteille de 75 cl. Les consommateurs peuvent également repartir avec une bouteille de 50 cl ou d'un litre. L'étiquette prend la forme d'un ticket de caisse, facile à décoller. Ici chaque col est consigné 2 € afin d'inciter au retour. Les bouteilles sont envoyées pour le lavage à une entreprise de Riom, au nord de Clermont-Ferrand, et récupérées ensuite. « *Il y a très peu de bouteilles abîmées car elles sont fabriquées avec un verre assez épais prévu pour la consigne* », précise Jean Borie.

Si cette formule se révèle plus économique que l'offre classique, le vin se conserve moins bien et doit être consommé en moins de quatre jours. Elle convient spécialement à la clientèle de quartier et à des personnes qui s'arrêtent pour acheter un plateau apéritif ou du vin pour cuisiner. « *Le vrac ne se substitue pas à la demande classique* », souligne Jean Borie. Le magasin propose également des spiritueux selon le même concept. Certains sont fournis par Jean Bouteille (gin, whisky, vodka ou pastis) et d'autres par des opérateurs locaux (rhum arrangé et liqueur de verveine). « *En général, les spiritueux repartent en bouteilles de 50 cl et répondent surtout aux attentes de consommateurs motivés par le zéro déchet, puisque la différence de prix est moins importante que pour du vin* », note Jean Borie. ■ *D.M.*

DR

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0015533600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CAVISTES E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **46654**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Mai 2022 P.44-45**
Journalistes : **Cécile Fortis**
Nombre de mots : **673**

DOSSIER SPIRITUEUX BIO

10 NOUVEAUX SPIRITUEUX FRANÇAIS ET BIO

par Cécile Fortis

SUMMUM ORGANIC FRENCH VODKA SINGLE ESTATE

Summum, la vodka française créée en 2009 par la maison A. de Fussigny, installée à Cognac, passe en bio et devient la première vodka française bio entièrement produite dans l'Hexagone. La gamme compte trois références : Summum Single Estate, Summum Citron et Summum Piment d'Espelette.
(70 cl, 40°, A. de Fussigny) : PVC 33 €

NORMINDIA ORGANIC GIN

Au domaine du Coquerel, la famille Martin produit du calvados, du cidre, du pommeau et le gin Normindia. Elle dévoile aujourd'hui une version Organic élaborée à partir d'ingrédients issus d'une agriculture biologique. Normindia Organic Gin a aussi la particularité d'avoir vieilli six mois en fûts de calvados Coquerel.
(70 cl, 40,8°, Dugas) : PVC 40 €

FELI'GETO

Fondée en 2020 à Feliceto, en Corse, Bloom Soul se définit comme une « *maison de distillations biologiques et artisanales* ». Après avoir lancé le gin San Roccu, elle dévoile Feli'geto. Produit à partir de népita, plante aromatique de la famille de la menthe cultivée en agriculture biologique, cette création se présente comme « le Get 27 de Feliceto ».
(70 cl, 30°, Bloom Soul) : PVC 39 €

A. DE FUSSIGNY VS PURE ORGANIC

À l'occasion du 20e anniversaire de son VSOP Pure Organic, l'un des premiers cognacs bio, A. de Fussigny crée la gamme Pure Organic. En plus du VSOP, elle se compose d'un VS et d'un XO élaborés à partir de vins produits en agriculture biologique et mis en bouteille sans aucun additif.
(70 cl, 40°, A. de Fussigny) : PVC 40 €

GIN CASTAN ORGANIC SPIRIT

Au-delà d'élaborer des whiskies français, la distillerie Castan installée à Villeneuve-sur-Vère, dans le Tarn, produit aussi un nouveau gin bio. En plus du genièvre, la recette de ce gin fier de son ancrage régional se compose de baies cueillies sur les coteaux du domaine familial.
(70 cl, 45°, La Maison du Whisky) : PVC 49 €

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5505533600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

ASSORTIMENT

VIVANT SINGLE MALT GOUPIL

Marque française de spiritueux 100% bio, Vivant dévoile sa nouvelle gamme baptisée « Le Bestiaire Vivant » composée d'un gin, d'un whisky, d'un rhum et d'un cognac. Son single malt français produit à base d'orge maltée bio française est distillé dans un alambic charentais et élevé en fûts de chêne.

(70 cl, 40°, Alcools Vivant) : PVC 51 €

SAINT JAMES BIO RÉCOLTE 2021

Signé Saint James, ce nouveau rhum agricole blanc AOC Martinique, brut de colonne et bio, est issu d'une sélection parcellaire de cannes à sucre cultivées en agriculture biologique et récoltées en 2021. Distillé en colonne créole traditionnelle, il est mis en bouteille sans réduction.

(70 cl, 73,7°, Premium Craft Spirits) : PVC 54 €

MONSIEUR FERNAND, MONSIEUR GIN ET MADAME VODKA

Après avoir créé le whisky Monsieur Fernand, Monsieur Gin et Madame Vodka, ARSpirits, maison installée en Charente, qui prône une production locale et bio, lance un coffret qui réunit ses trois références en format 20 cl. Élaborées à partir de céréales françaises et bio, elles sont distillées, assemblées et vieillies dans l'Hexagone.

(coffret 3 X 20 cl, 43° et 40°, Whiskies du Monde) : PVC 55 €

DARTIGALONGUE ORGANIC ARMAGNAC

La maison Dartigalongue s'apprête à lancer son premier armagnac bio. Il s'agit d'un assemblage d'eaux-de-vie issues de vins nature non soufrés, certifiés agriculture biologique, de cépages baco et folle blanche, qui sont élevées cinq ans minimum en fûts à chauffes moyenne et forte, dans un chai humide.

(70 cl, 42,8°, Dartigalongue) : PVC 58 €

DOMAINE DES HAUTES GLACES SÉCALÉ

Le Domaine des Hautes Glaces, la ferme-distillerie bio fondée en 2019 dans les Alpes françaises, dévoile Sécalé. Élaboré à partir de seigle cultivé en agriculture biologique, ce nouveau Single Cask Organic a été élevé dans un fût ayant précédemment contenu du vin blanc, et mis en bouteille sans filtration ni aucun ajout.

(70 cl, 57°, Rémy Cointreau France Distribution) : PVC 159 €

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5505533600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CAVISTES E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **46654**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Mai 2022 P.57**
Journalistes : **Claudine Galbrun**
Nombre de mots : **463**

REPORTAGE

LA NAINE ROUGE, CAVISTE PASSIONNÉ

Laurent Tarris est devenu caviste par passion pour les vins naturels. Dans sa cave, à Agen, on trouve uniquement des vins sélectionnés par ses soins auprès de vignerons qui partagent sa philosophie.

par Claudine Galbrun

C'est en 2012 que celui qui était alors artisan du bâtiment a découvert le monde des vins naturels et qu'il a commencé à organiser des événements musicaux autour de ces derniers. « *Je me suis rendu compte que j'aimais parler de ces vins que j'avais rencontrés. Et j'ai décidé en 2018 de changer de métier et de suivre une formation de caviste. J'aimais aussi passionnément mon métier d'artisan. En fait, je n'ai fait que basculer d'une passion à une autre. Quand on est passionné, ce n'est qu'un tout petit pas à franchir.* »

La Naine Rouge : drôle de nom *a priori* pour une cave à vins. Mais quand on demande pourquoi ce choix à celui qui est aussi passionné d'astronomie, il répond que c'est le nom donné aux étoiles les plus nombreuses dans la voie lactée, parce qu'il est empreint de poésie et qu'il est un clin d'œil au mode de production biodynamique, indéfectiblement lié au calendrier lunaire.

En effet, dans sa cave, parmi la centaine de références de vins qu'il propose, auxquelles s'ajoute une trentaine de spiritueux, on ne trouve que des vins bio ou biodynamiques. Et peu importe qu'ils soient labellisés ou non. « *Je connais tous les vignerons avec lesquels je travaille et je sais qu'ils font bien les choses. J'ai besoin d'avoir une vision globale de leur processus de production, de la racine jusqu'à la bouteille, sinon je n'achète pas* », indique Laurent Tarris.

Ces vignerons, le plus souvent à la tête de petits domaines, il les rencontre au gré de salons, de balades dans les vignobles ou de navigation sur Internet. Et surtout, il privilégie des vins avec très peu, voire pas du tout de SO_2 ajoutés. « *C'est très important pour moi, mais aussi très compliqué car certains vins sont fragiles. Aux clients qui franchissent le seuil de ma boutique, j'explique ma démarche, ce qu'est la mouvance des vins naturels, que ce sont des vins de soif, à consommer rapidement. Ils comprennent aussi que ces vins vivants peuvent être radicalement différents d'une année sur l'autre, que je fais tourner mes approvisionnements. Beaucoup de mes clients sont sensibles à cette démarche. Néanmoins, à un client lambda, je ne proposerai pas un vin avec une grosse singularité, au risque de le faire fuir. Je le dirigerai vers des vins plus proches de ses habitudes car j'en ai pour tout le monde.* » ■

« *En fait, je n'ai fait que basculer d'une passion à une autre.* »

Laurent Tarris,
Fondateur de
La Naine Rouge

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1905533600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CAVISTES & E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **46654**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Mai 2022 P.46-48**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **1357**

DOSSIER BIÈRES BIO

LA BIÈRE BIO PEINE À TROUVER SES MARQUES CHEZ LES CAVISTES

© Ferme brasserie de Simone

Le marché de la bière bio est bel et bien en développement en France. Pourtant, celui-ci reste encore modeste et ne profite pas particulièrement au circuit des cavistes, même spécialisés. Le point sur cette tendance.

par Christophe Hamieau

Si la bière bio a mis plus de temps que les produits frais, et surtout le vin, à rejoindre les échoppes, elle connaît aujourd'hui un réel développement, notamment grâce à celui de la brasserie artisanale. Arrivé pour la première fois en France en 1986, dans le Nord, par la brasserie Castelain avec la Jade, le bio dans la bière n'était pas spé-

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5605533600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

cialement recherché par les consommateurs il y a encore deux ans. Même chez ceux qui souhaitaient autre chose que les classiques blondes des brasseries industrielles. Les saveurs avant tout, les ingrédients issus de l'agriculture biologique c'était un bonus, rien de plus. Aujourd'hui, la tendance n'est plus tout à fait la même. Les consommateurs français de bière sont même devenus champions d'Europe du bio. Un tiers d'entre eux déclare avoir consommé au moins une fois de la bière bio contre 16% en Allemagne et 20% au Royaume-Uni. Un constat qui a même poussé Millésime Bio à inviter la bière pour la dernière édition de son salon.

LE LOCAL AVANT LE BIO

Il est vrai que les brasseurs artisanaux sont de plus en plus nombreux à produire des bières labellisées bio. L'Agence Bio en dénombre 343 qui se sont signalés (NAF 1105Z) à elle en 2020, contre 306 en 2019. Sonia Rigal, autrice du *Rigal de la Bière*, annuaire des brasseries artisanales de France, rapporte pour sa part que « *sur 1500 réponses de brasseries environ, 20% font 100% de bio et 32% entre 50 et 100%* ». Une tendance qui s'accélère donc. Avec la pandémie, les ventes des brasseries artisanales et des PME nationales, principaux acteurs de la bière bio, ont bien progressé, et ce malgré l'arrivée des plus grandes marques nationales et internationales sur le marché. De quoi encourager à la conversion. C'est le choix fait par Aurèle Cordier de la ferme brasserie de Simone à Juif (71), qui se définit comme une « *paysanne brasseuse cueilleuse* ». Pour ses recettes de bières brassées à l'orge familiale bio, elle ajoute des plantes aromatiques et médicinales, des fruits et houblons qu'elle produit elle-même dans sa ferme en conversion en bio débutée en 2020. « *Brasser de la bière peut être compliqué pour l'environnement. Alors il faut tout faire pour le respecter au maximum. On le fait en notre conscience et on ne le dit pas nécessairement* », confie-t-elle. Christèle Zamprogno, qui tient la cave à bières BeerZ à Cherbourg, l'a en effet constaté. « *Il y a des brasseurs qui sont passés au bio sans prévenir et on le découvre à la livraison ! Aujourd'hui, je pro-*

LA BIÈRE BIO L'EST-ELLE VRAIMENT ?

En France, une bière peut se voir apposer le logo bio ou AB uniquement après une certification par Ecocert, le seul organisme compétent en la matière. Pour cela, la bière doit contenir au moins 95% d'ingrédients bio dans sa recette. Le brasseur n'a donc que peu de marge, si ce n'est sur les houblons. Si certains ont pu ainsi critiquer ce fait, il semblerait toutefois que les brasseurs artisanaux soient particulièrement respectueux du label et ne souhaitent pas profiter de cette permission. D'ailleurs, Katy Klein de la Brasserie des Papi'lles à Anthelupt (54), qui fait du 100% bio depuis sa création en 2017, ne pense pas que « *les brasseurs artisanaux fassent du bio pour le marketing. C'est essentiellement par conviction que nous faisons ce choix* ». Un sentiment que partage Stéphanie Ponsart de la Brasserie Gessienne à Ornex, dans l'Ain. « *Depuis la création il y a dix ans, je suis en 100% bio et je privilégie l'approvisionnement et la vente en local. Ce n'est pas de l'intégrisme, ni du marketing, c'est tout simplement logique* », confie-t-elle.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5605533600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

pose environ 450 références dont ¼ est bio et 80 sont normandes », explique celle qui joue à la fois la carte environnementale et locale. « *La clientèle vient d'abord à la cave pour le goût des bières. Ensuite, le choix se fait sur le local, surtout si c'est pour offrir. Et enfin vient le bio* », tient-t-elle à préciser. Une des bières bio préférées de Christèle est l'Arthus de la brasserie Les Deux Amants à Val-de-Reuil (27).

« Il y a des brasseurs qui sont passés au bio sans prévenir et on le découvre à la livraison ! Aujourd'hui, je propose environ 450 références dont ¼ est bio et 80 sont normandes. »

Christèle Zamprogno, de la cave à bières BeerZ à Cherbourg

De l'autre côté de la France, chez Bier & Co à Mittelwihr (68), Hugo Grass fait le même constat. « *L'offre bio des brasseurs est en hausse mais la demande n'est pas celle que connaît le vin. Les clients viennent plutôt chercher du local. C'est très rare qu'un client réclame du bio pour du bio. C'est nous qui le mettons en avant, pour qu'au final cela représente aujourd'hui 30% de nos ventes. Et notamment grâce à des clients entre 45 et 50 ans* », explique-t-il.

En banlieue ouest de Paris, au Vésinet (78), Pascal Giraud qui a repris La Cave à Bières du Vésinet, a aussi revu l'offre en fonction de la demande. « *Je n'ai pas beaucoup de clients qui veulent du bio et rien d'autre en bière. En revanche, je propose aussi du cidre et la demande en bio pour celui-ci est réelle ! Sans doute parce qu'il a souvent été dit que les pesticides étaient plus présents dans les produits à base de pomme,* nous confie-t-il. *C'est l'origine géographique qui compte le plus dans la bière. C'est pour cela qu'aujourd'hui j'ai resserré l'offre sur la bière française à 70%, avec 50% de brasseries d'Île-de-France* », ajoute-t-il.

UNE DISTRIBUTION ENCORE FLOUE

C'est sans doute pour toutes ces raisons qu'aujourd'hui nous n'avons pas connaissance d'une cave à bière 100% dédiée au bio, que l'on peut en revanche retrouver dans le vin. C'est notamment le cas d'Aux Vins Vivants, rue Richer à Paris, boutique tenue par Pauline Arlotta. Celle-ci est, depuis neuf mois, référente bières pour les cinq points de ventes de la marque. « *Aujourd'hui, le problème est que nous n'avons pas beaucoup de références à proposer,* regrette-t-elle. *Nous recherchons des bières dont 100% des ingrédients sont bio et que l'on ne retrouve pas partout, et surtout pas en grande distribution* », ajoute Pauline qui apprécie notamment la Brasserie Grand Duc de Sormery (89).

Un point qui mérite d'être souligné en effet puisque c'est bel et bien la grande distribution, sans aucun doute portée par celle spécialisée en produits bio, qui profite au mieux de l'augmentation de ce secteur dans la bière. Ce avec 62% d'un marché encore réduit, puisqu'estimé à 75 millions d'euros en 2020 selon une étude commandée à Ipsos par Millésime bio. Si le bio semble vouloir se développer dans la bière, sa distribution paraît encore difficile à cerner. En caves à bières, la demande existe pourtant, mais elle ne paraît toujours pas être prioritaire. En caves généralistes, Pauline Arlotta souligne que sa clientèle n'est « *pas à proprement parler composée de buveurs de bière. Ce sont plus souvent des achats d'opportunité, par curiosité. Pour développer ce secteur, il est nécessaire de créer déjà une clientèle bière* ».

Alors oui, la bière bio se développe, à l'échelle artisanale principalement, les brasseurs industriels souffrant d'un souci d'approvisionnement en ingrédients certifiés bio, surtout du houblon. La clientèle recherche toujours plus de produits locaux et la brasserie artisanale y répondant naturellement, elle tend à aller plus loin en y ajoutant le label bio, ce qui devrait encore faire croître le secteur dans les années à venir. Reste aux caves à s'entendre avec les brasseurs pour distribuer les bières qui, aujourd'hui, se retrouvent principalement en CHR, en magasins bio et même dans certaines grandes surfaces sur le plan local. ■

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5605533600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CAVISTES E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **46654**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Mai 2022 P.54-55**
Journalistes : **Hakim Bendaoud**
Nombre de mots : **848**

REPORTAGE

AUX VINS VIVANTS

© Aux Vins Vivants

Apparue en 2017, cette enseigne indépendante compte déjà six caves, dont cinq dans Paris intra-muros. Les vins et les spiritueux bio s'y écrivent en capitale.

par Hakim Bendaoud

Le jour de notre visite, les équipes de la cave du 18e arrondissement recevaient également celle de Florian Bourrienne, producteur de calvados et de cidres bio à Livarot, pour une dégustation de cidres fermiers bio millésimés. Des cidres millésimés ? La démarche peut sembler osée. Elle ne l'est pas pour celui qui a choisi de baptiser ses caves Aux Vins Vivants. Un nom aux allures de provocation qui sous-entendrait que les autres vins seraient morts ou au profil quasi-tronqué. À la tête de six caves de 40 à 60 m² en moyenne, dont cinq à Paris et une à Pantin (93), Arthur Pétillault, qui s'est lancé dans l'aventure après avoir démarré dans la communication, passé un CAP de cuisine, puis dirigé deux restaurants dont un à son propre compte, n'est pas à une provocation près. Aux sempiternels accords mets-vins, les contre-étiquettes des 1 200 références que compte chacune de ses caves préfère la suggestion d'une musique à écouter en guise d'accord parfait.

UNE SÉLECTION NATURE, BIO ET BIODYNAMIE

« *Un vin vivant, c'est un vin qui bouge, qui évolue. Un vin libre, comme la nature. Un vin libre mais bon* », défend notre interlocuteur, concédant que cela n'a pas toujours été le cas... Pour s'assurer de la qualité de leurs approvisionnements en vins nature mais aussi en vins bio ou biodynamiques, Arthur Pétillault et Marie Toudic, qui le seconde, passent un tiers de leur temps dans le vignoble, comme chez Élise Bougy, en champagne, à la tête d'une micro-exploitation familiale de trois hectares, vigneronne depuis seulement six ans. Ou chez Jérémy Bricha, en Isère, qui s'est lancé en 2015 dans la réintroduction d'anciens cépages locaux (verdess, altesse, mondeuse blanche, étraire, douce noire, etc.) sur les coteaux de Brion. « *En dehors des producteurs étrangers, nous connaissons pratiquement tous les vignerons qui sont chez nous* », assure Arthur Pétillault, convaincu que les deux professions doivent partager

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7705533600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

REPORTAGE

la même philosophie, le même goût pour l'artisanat. Aux Vins Vivants, plus de 70% des vins sont sous la dénomination Vin de France et plus de 90% de l'offre est le fruit d'approvisionnements directs. « *L'AOC n'est plus une garantie de terroir. Elle ne répond pas plus aux évolutions climatiques auxquelles nous faisons face.* »

UNE MAJORITÉ DE VINS À MOINS DE 15 €

La plupart des caves de l'enseigne se situent dans des rues commerçantes. C'est le cas de la cave du 18e arrondissement, sise au 174 de la rue Marcadet. Le Carrefour Market situé juste en face ferait presque figure d'incongruité. Dans cette rue et jusqu'aux alentours, la plupart des commerces de bouches partagent le même intérêt pour les produits bio, le fait maison et les circuits courts. Il y a Epi, pour les légumes, Au Lait Cru pour les fromages. La clientèle se compose de nombreux habitués, mais compte aussi une bonne part de nouveaux arrivants dans un quartier en pleine transformation. « *Il y a beaucoup de connaisseurs, de gens pointus,* admet Marie Toudic, *mais il y a aussi ceux qui n'y connaissent pas grand-chose, simplement portés par la curiosité ou le bouche-à-oreille.* »

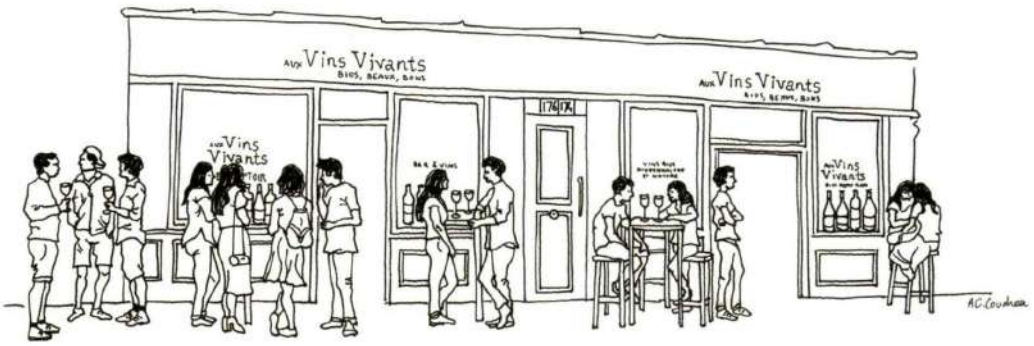
Un bon nombre des bouteilles proposées ici le sont à moins de 15 €, à l'instar de ce merlot audois du Plateau du Cascal à 12 €, ce gamay Lurons du Domaine Léonis à 14 € ou ce malbec Lot du Vent des Jours à 13 €. Il y a aussi une petite sélection de bières artisanales, ainsi qu'une centaine de spiritueux (gin d'Ouche Nanon à 41,50 €, whisky Goupil à 55,50 €, etc.), dont les secrets de fabrication restent toutefois plus difficiles à vanter, reconnaît l'ex-restaurateur.

UNE ENSEIGNE VOUÉE À SE DÉVELOPPER

Mitoyen de la cave de la rue Marcadet se trouve l'espace restauration. Les clients peuvent s'y nourrir de produits là encore parfaitement sources : huîtres fines du Cotentin, risotto de petit épeautre à la truffe, légumes de saison cuits au four... Le droit de bouchon s'élève à 10 €. Sur les six caves, celle de la rue Marcadet est la seule à disposer d'un espace de restauration dédié. Et demain ? Trouver et ouvrir un local coûte cher, surtout à Paris. Alors deux, qui plus est mitoyens... L'enseigne, qui possède également son propre entrepôt de stockage à Maisons-Alfort (94), se verrait bien pousser du col dans le 12e ou le 13e arrondissement même si sur le moyen court-terme, aucune nouvelle ouverture n'est prévue. À la vigne comme à la ville, échapper au tout venant demande de la patience. ■

REPÈRES

- **Nom de l'enseigne : Aux Vins Vivants**
- **Année de création : 2017**
- **Nombre de caves : six, dont cinq à Paris intra-muros et une à Pantin**
- **Surface moyenne : de 40 à 60 m²**
- **Nombre de références : 1 200 vins nature, bio et en biodynamie, une centaine de spiritueux, et une dizaine de bières artisanales**
- **CA : NC**



239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7705533600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CAVISTES E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **46654**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Mai 2022 P.34-39**
Journalistes : **Jean-Michel Peyronnet**
Nombre de mots : **1450**

LES VINS ECORESPONSABLES CÔTÉ CAVISTES

propos recueillis par Jean-Michel Peyronnet

SABINE NADAL, LE PLACARD À PINARD, Vic-la-Gardiole (Hérault)

DR

Dans cette petite commune de 3 000 habitants nichée entre Sète et Montpellier, Sabine Nadal s'attache à ne proposer que des vins en conversion, bio, en biodynamie et nature, seul le vrac, apprécié d'une partie de la clientèle locale, restant en conventionnel. L'ancienne archéologue reconvertie aux vins à l'école de Rivesaltes a beaucoup appris de ses stages chez les vignerons : « *J'ai vite vu la différence de rapport à la nature entre les conventionnels et ceux qui respectent leur environnement, et j'ai choisi !* », rajoute Sabine Nadal. Priorité donc aux vins occitans, avec un goût avoué pour les vins nature, qui pèsent environ 50% des références disponibles dans ce Placard à pinard. « *Les clients étaient un peu réticents au départ, puis l'engouement est venu* », raconte Sabine Nadal. Si les VDN et le vrac sont davantage demandés par une clientèle plutôt âgée, les 25-40 ans se montrent curieux et souvent déjà consommateurs de bio pour leur alimentation. En été, la clientèle touristique, et notamment les étrangers, se montre sensible au respect de la nature qui entoure les vins proposés ici. Et à des prix plus que raisonnables, de 6 à 20 € pour les vins bio, de 8 à 20 € pour les vins nature et jusqu'à 21 € pour les VDN. Car, estime notre caviste héraultaise, « *le bio doit être accessible, pas réservé à une élite.* » ■

Mes 5 COUPS de CŒUR

- **MUSCAT DE FRONTIGNAN BIO**, Château de Stony, 11 €
- **VIN ORANGE ISSU DE MUSCAT NATURE**, Domaine Rousselin, 21 €
- **VDF MAUZA'IC BLANC NATURE**, Domaine Beirieu, 11,20 €
- **IGP CÉVENNES CLIN D'ŒIL ROUGE NATURE**, Mas Lau, 10 €
- **IGP CÔTES-DE-THONGUE ROUGE BIO CANON HUPPÉ**, Domaine Monplezy, 7,80 €

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9305533600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

NICOLAS URBANOWICZ AUX CRIEURS DE VIN, Troyes (Aube)

DR

Les Crieurs de vin, c'est, au cœur de la bonne ville de Troyes, un restaurant et deux boutiques dont une cave-bar à vins. L'affaire née en 1998 prospère avec une offre quasi exclusivement en vins nature et biodynamiques. Car pour Nicolas Urbanowicz, le maître des lieux, « *le bio, ça ne veut plus dire grand chose, quand on peut inclure tel ou tel produit au moment de la mise en bouteille ; nous on veut pousser le côté propre jusqu'au bout !* » Voilà qui est dit. 800 références sont disponibles ici à l'année, cédées de 5,30 à 300 € le flacon. Outre les touristes venus découvrir la Champagne auboise, les Crieurs attirent une belle clientèle locale, très hétéroclite, « *des jeunes aux papys, qui aiment qu'on leur raconte une histoire, qui savent qu'on connaît le vigneron, tout cela créant une relation de confiance* », souligne Nicolas Urbanowicz. Petit bémol cependant : un effet de mode sur les vins nature finit par jouer sur les volumes disponibles, d'où la nécessité de rechercher en permanence de nouveaux vignerons. « *Ceux qui nous envoyaient 120 bouteilles il y a quelques années ne nous en fournissent parfois plus que 36*, constate Nicolas Urbanowicz. *Et puis on se méfie de certaines petites dérives, avec des vins mal foutus...* » Peut-être en raison de l'intérêt soudain que portent certains rappeurs américains aux vins nature ? ■

Mes 5 COUPS de CŒUR

- **CHAMPAGNE JACQUES LASSAIGNE** à Montgueux, à partir de 38 €
- **CHAMPAGNE CHARLES DUFOUR BIO**, cuvée Bulles de comptoir, 34 €
- **AOC CHENAS ROUGE BIO**, Domaine Thillardon, 25 €
- **CÔTE-DU-JURA ROUGE NATURE CUVÉE JULIEN**, Domaine Jean-François Ganevat, 65 €
- **AOC CHABLIS BLANC L'HUMEUR DU TEMPS**, Alice et Olivier de Moor, 31 €

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9305533600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

ALIX ET AGNES LAURENT GRAMENON & COMPAGNIE, Grenoble (Isère)

Filles de Michèle Aubéry et sœurs de Maxime-François Laurent, propriétaires du Domaine Gramenon, en Côtes-du-Rhône, Alix et Agnès Laurent tiennent boutique depuis 2018 dans le quartier Championnet, un lieu des plus branchés, un rien bobo, de la cité grenobloise. Le lieu idéal pour mettre en avant des vins tous éco-responsables et attirer une clientèle jeune, sensible au respect de l'environnement. « *Ils viennent avec une envie, pas pour acheter une étiquette, et ils se laissent volontiers guider* », souligne Agnès Laurent. Et puis il y a les connaisseurs de vins nature, un segment de clientèle en évolution significative. « *Les vins nature sont des produits vivants qu'il faut expliquer* », précise Agnès. L'histoire a commencé ainsi : Alix, bijoutière de formation, cherchait un local où exercer son métier. Une fois installée, l'idée a germé peu à peu d'y adjoindre un espace caviste, avec la complicité de sa sœur Agnès. Estampillé Demeter en 2012, le Domaine Gramenon travaille de fait en biodynamie depuis 1979. Hérédité oblige, on ne trouvera donc ici que des vins « *propres* », soit 150 références vendues de 10,50 € à une centaine d'euros, « *uniquement produits par des vignerons qu'on connaît et qui ont la même éthique que nous*, précise Agnès Laurent, *on attache beaucoup d'importance à l'humain.* » ■

DR

Mes 5 COUPS de CŒUR

- **CÔTES-DU-RHÔNE ROUGE EN BIODYNAMIE LA POIGNÉE DE RAISINS,** Domaine Gramenon, 12,50 €
- **AOC GAILLAC BLANC MAUZAC NATURE**, Domaine Plageoles, 17,50 €
- **IGP ISÈRE ROUGE BIO ETRAIRE DE L'ADUÏ**, Jérémy Bricka, 20 €
- **VDF LES ENFERS TRANQUILLES BLANC**, Michel Autran, 20 €
- **AOC SAVOIE BLANC BIO CUVÉE ARMENAZ**, Domaine des Côtes Rousses, 18,50 €

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9305533600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

JULIEN PRIGENT
INTER CAVES, Montlouis-sur-Loire (Indre-et-Loire)

DR

« J'ai goûté tellement de vins bio médiocres, et on me disait "normal, c'est le goût du terroir", que je me suis longtemps méfié ; donc je vends d'abord du vin, du bon vin, bio ou pas, et en tout cas pas question de sélectionner du jus d'écurie ou de l'oxydatif ! » Voilà qui est clair. Il n'en reste pas moins que Julien Prigent, le patron de cet Inter Caves implanté dans une zone commerciale, garde l'esprit ouvert et le sens des affaires qui va avec et qui suppose de savoir s'adapter à une certaine demande, réelle, dans une région viticole, Montlouis-sur-Loire, où l'on produit beaucoup en bio et autres certifications environnementales. *« Aujourd'hui, clairement, les vins bio ou en biodynamie que je goûte me plaisent plus qu'avant... Il y a du pour et du contre »*, reconnaît notre homme, qui, sur les 350 à 400 références de vins proposés ici, de 5 à 300 €, en affiche 15 à 20% de certifiés éco-responsables, avec l'objectif de passer à 30-35% à terme. Concernant les vins nature cependant, Julien Prigent reste quelque peu sceptique. À part un vin de la maison roussillonnaise Cazes et un ou deux pétillants naturels d'ailleurs non estampillés comme tel, le nature n'est pas le genre de la maison. Pas encore ? ■

Mes 5 COUPS de CŒUR

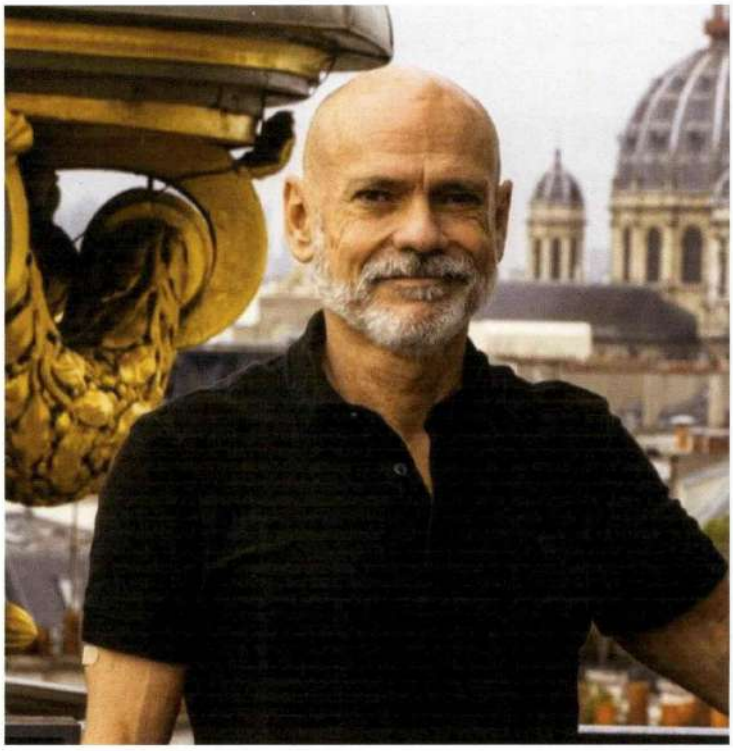
- **SAUVIGNON BLANC BIO DE NOUVELLE-ZÉLANDE,** Pounamu Spécial Sélection, 17,50 €
- **AOC CHINON ROUGE BIO, RÉSERVE DE SATIS,** Domaine des Béguineries, 13,50 €
- **AOC CASTILLON-CÔTES DE BORDEAUX ROUGE EN BIODYNAMIE, CUVÉE LÉONARD,** Château Beynat, 13,95 €
- **AOC CHÂTEAUNEUF-DU-PAPE ROUGE BIO,** Château La Nerthe, 39,90 €
- **VDF SYRAH ROUGE BIO CUVÉE PRIEUR,** Domaine de Montézargues, 13,25 €

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9305533600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

BERNARD VIDAL
LE REPAIRE DE BACCHUS, Printemps du Goût, Paris 9e

Installé au 7e étage du Printemps homme, plus précisément au Printemps du goût, qui conjugue épicerie fine et caviste, ce Repaire de Bacchus-là prend ses aises, alliant sur 200 mètres carrés la boutique, un bar à champagne et un bar à vins avec terrasse. À sa création, en 2018, l'espace dédié à la gastronomie était censé cibler l'importante clientèle étrangère, notamment asiatique, qui fréquentait volontiers le prestigieux magasin du boulevard Haussmann. Et puis sont arrivés les gilets jaunes, la covid, et... les embarras de Paris. « *Aujourd'hui, la clientèle européenne revient, mais nous avons également une clientèle parisienne fidèle, notamment celle des bureaux, celle de la proche banlieue et bien sûr les provinciaux* », énumère Bernard Vidal. 2300 références de vins et spiritueux sont disponibles ici, dont 600 environ de très grands vins protégés dans un cellier dédié. Le tout allant de 4 € pour la bouteille la moins chère jusqu'à 7 à 8000 € pour les icônes. Le bio concerne près de 200 références portant collerette. Leur visibilité se voit encore renforcée par un linéaire spécifique, évolutif, comptant une quarantaine de « coups de cœur ». « *L'offre en bio s'est considérablement renforcée,* constate Bernard Vidal, *surtout en vins du Languedoc, du Val de Loire et du Jura, de 10 à une quarantaine d'euros. La demande est bien là.* » ■



DR

Mes 5 COUPS de CŒUR

- **BANDOL ROUGE BIO,** Domaine La Bégude, 30 €
- **AOC CORBIÈRES ROUGE LES GOURGOULES,** Château de Caraguilhes, 12,90 €
- **IGP GASCOGNE ROUGE NATURE,** Domaine Entras, 12,50 €
- **VDF BLANC BIO, CORSE,** Domaine Comte Abbatucci, 33 €
- **AOC SAUMUR BLANC BIO CUVÉE ARGILE,** Château du Hureau, 19,90 €

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9305533600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

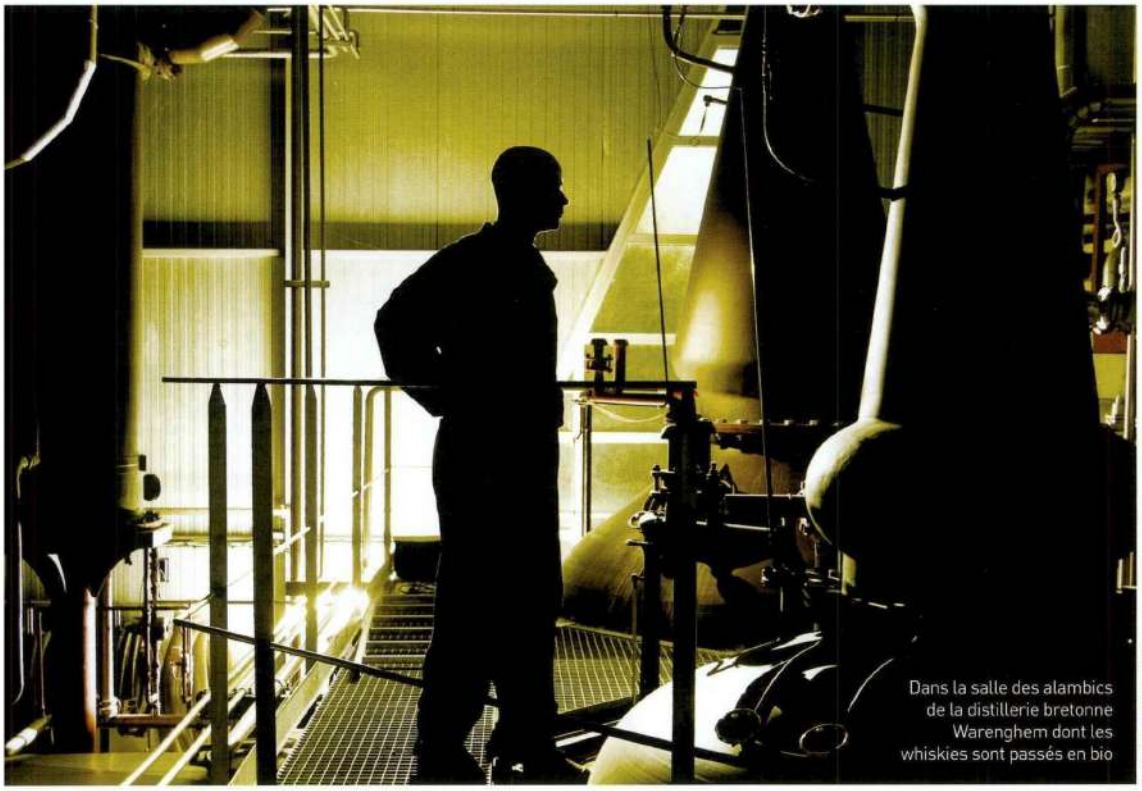
CAVISTES E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **46654**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Mai 2022 P.40-43**
Journalistes : **Cécile Fortis**
Nombre de mots : **1987**

DOSSIER SPIRITUEUX BIO

SPIRITUEUX BIO, UNE TENDANCE QUI PREND DE L'AMPLEUR



Dans la salle des alambics de la distillerie bretonne Warenghem dont les whiskies sont passés en bio

© Distillerie Warenghem

Si, du côté du bio, les spiritueux font toujours preuve d'un retard considérable par rapport au vin et même à la bière, l'offre tend à se développer. Et, en la matière, les producteurs français semblent avoir un temps d'avance. Une véritable opportunité pour le bio tant le terroir hexagonal et le « made in France » ont le vent en poupe.

par Cécile Fortis

Le bio est encore loin de s'imposer comme une évidence dans le monde des spiritueux et, paradoxalement, le premier responsable pourrait être l'alambic. La distillation semble en effet avoir le pouvoir d'éliminer toutes les substances indésirables qui pourraient être présentes dans les eaux-de-vie. Bernard Baud, président des Grandes Distilleries Peureux et créateur de Premium Craft Spirits, nouvelle entité de commercialisation de spiritueux premium destinés aux cavistes indépendants et aux épiceries fines, va encore plus loin. « *Le bio n'est en aucun cas un*

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9405533600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

ASSORTIMENT

signe de qualité, mais un marqueur d'une gestion de production obéissant à un référentiel normé bien précis. Comme tout distillateur, nous sommes intimement liés au vivant et à la matière première agricole. À ce titre, nous sommes extrêmement sensibles aux conditions de production de cette matière première. Il serait cependant dommage de réduire toutes les démarches et efforts de nos producteurs et de nos distilleries à un seul label. » Néanmoins, si le bio dans les spiritueux prête à discussion et que l'offre reste toujours restreinte, elle se développe, tout comme la demande. « *Il y a bien sûr un débat sur la présence ou pas de pesticides dans les spiritueux mais, à mes yeux, la question n'est pas là : les producteurs de spiritueux bio ont avant tout la volonté de préserver la nature,* affirme François Sommer à la tête de L'Explorateur du Goût, importateur et distributeur spécialisé dans les spiritueux bio et écoresponsables. *En plus, je suis convaincu que ceux qui travaillent en bio par conviction et non par opportunisme, font de la qualité. Le succès du gin allemand Brick, des rhums du Belize Copalli ou des whiskies écossais Nc'Nean en est la plus belle preuve.* »

UNE OFFRE EN DÉVELOPPEMENT SUR TOUTES LES CATÉGORIES

« *Benromach a été la première distillerie écossaise à lancer un single malt bio en 2006 et la distillerie Neisson a ouvert la voie de l'agriculture bio en Martinique,* rappelle Didier Ghorbanzadeh, responsable de la communication de La Maison du Whisky. *Depuis, le nombre de nos partenaires tournés vers le bio et le développement durable ne cesse d'augmenter. C'est notamment le cas de la distillerie irlandaise Waterford qui est à l'origine du premier whisky élaboré à partir d'orge cultivée en biodynamie ou de la distillerie bretonne Warenghem, pionnière du whisky français, dont les malts revendiquent désormais le label bio. Le bio est une vraie valeur ajoutée et le développement de l'offre crée la demande.* »

Cet essor du bio, Sébastien Gouynou, chef de produit de Dugas, le constate également. « *Jusqu'à présent, nos distilleries partenaires se demandaient quel était l'intérêt du bio pour les spiritueux mais, aujourd'hui, elles se rendent compte qu'il y a une demande naturelle de la part des enseignes spécialisées et que de nombreux cavistes ont une sensibilité bio. Et puis il y a une clientèle pour ce type de produits. D'ailleurs, en plus des rhums paraguayens Fortin, tous bio, désormais, la distillerie martiniquaise A1710 propose aussi une gamme de rhums bio tout comme les Rhums de Ced' et le domaine du Coquerel lance une version bio de son gin Normindia. Nous distribuons également depuis peu les cachaças bio Novo Fogo.* »

Preuve supplémentaire de cette évolution, les spiritueux traditionnels français se tournent eux aussi vers le bio. « *Après avoir lancé le cognac VSOP Pure Organic en 2001, nous avons créé une gamme de cognacs bio et nos vodkas françaises Summum sont désormais bio* », raconte Thomas Gonon à la tête de la maison A. de Fussigny. Planat fait également partie des maisons cognaçaises engagées dans le bio (distribution Le Cercle). « *Grâce à des partenariats solides avec des viticulteurs engagés mis en place dès 2008, nous disposons aujourd'hui du plus grand stock de cognacs issus de l'agriculture biologique de l'appellation* », revendique Marie Nau, *marketing manager*. Quant à l'armagnac, il n'échappe pas au phénomène bio. « *En septembre, nous allons lancer notre premier armagnac bio,* annonce Benoît Hillion qui dirige la maison Dartigalongue. *C'est une décision que nous avons prise il y a cinq ans : c'était un peu osé, l'offre de spiritueux bio était balbutiante. Aujourd'hui, lorsque nous en parlons aux cavistes, on sent un intérêt malgré un prix 20% plus élevé.* »

« Il y a bien sûr un débat sur la présence ou pas de pesticides dans les spiritueux mais, à mes yeux, la question n'est pas là : les producteurs de spiritueux bio ont avant tout la volonté de préserver la nature. »

François Sommer à la tête de L'Explorateur du Goût, importateur et distributeur spécialisé dans les spiritueux bio et écoresponsables

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9405533600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Spiritueux bio, une tendance qui prend de l'ampleur

© Melifera

« Notre gin est inspiré par une île, par la nature, par une fleur protégée. Qu'il soit bio était l'une de nos volontés premières au même titre que la mise en place de partenariats locaux, le respect du territoire et la protection de la biodiversité. »

Christophe Amigorena, le créateur du gin bio français Melifera

PRODUCTEURS FRANÇAIS, LES CHAMPIONS DU BIO

Si certains acteurs historiques n'hésitent plus à se convertir, le bio est de plus en plus souvent dans l'ADN des nouvelles distilleries et marques, en particulier dans l'Hexagone. Le Domaine des Hautes Glaces fondé par Frédéric Revol en 2019 dans les Alpes françaises, qui est la première ferme-distillerie de whisky bio au monde, en est le parfait exemple. « *Au-delà de faire le choix du bio, elle a remis la matière première au cœur du sujet*, souligne Fabrice Jarlaud, responsable de Rémy Cointreau France Distribution. *Et si le bio a peu d'influence sur le profil aromatique des spiritueux, elle a prouvé que le terroir et le millésime ont une influence sur la personnalité de ses whiskies.* »

Avec son whisky Goupil, son rhum Triton, son gin Machaon et son cognac Loriot, Vivant, la première marque française de spiritueux 100% bio, créée en Charente en 2018, fait aussi partie de ces nouveaux acteurs engagés. « *Notre engagement parle aux cavistes orientés vins bio et biodynamie*, explique Patrick Pech, le directeur commercial. *Quant à ceux qui n'ont pas forcément d'intérêt pour les spiritueux bio, ils sont interpellés par notre travail lorsqu'on leur présente notre gamme. D'ailleurs, depuis 2020, nous créons un whisky français bio pour Nicolas qui est commercialisé pendant les fêtes.* »

C'est également le cas de Melifera (70 cl, 43°, PVC : 45 €), le premier gin bio produit en Charente-Maritime à base de fleur d'immortelles de l'île d'Oléron, créé par Christophe et Cécile-Julie Amigorena. « *Notre gin est inspiré par une île, par la nature, par une fleur protégée*, expliquent-ils. *Qu'il soit bio était l'une de nos volontés premières au même titre que la mise en place de partenariats locaux, le respect du territoire et la protection de la biodiversité.* » Une philosophie partagée par le gin Anaë lancé l'an passé (70 cl, 43°, PVC : 45 €). « *Nous souhaitions créer un produit qui ait du sens : le bio s'est imposé comme une évidence*, affirme Pauline Raffaitin, responsable marketing de Bollinger Diffusion. *Cela implique pas mal de contraintes, notamment pour avoir accès à des plantes bio et françaises.* »

N'oublions pas en effet qu'en plus d'augmenter les coûts de production, accéder au label bio n'est pas toujours simple. « *Aujourd'hui l'ensemble de nos maisons fait des avancées vers le bio*, affirme Charles

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9405533600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Joseph-Augustin, animateur de marques de La Maison de l'Hédonisme. *La distillerie Longueteau a lancé la démarche du bio : elle est actuellement en agriculture raisonnée. Mais elle se heurte à un mur administratif pour la certification de sa première parcelle bio. La dernière cuvée de rhum blanc de Longueteau est techniquement bio mais non certifiée.* »

LE « MADE IN FRANCE » PLUS FORT QUE LE BIO

Si les Français sont les champions du bio, l'argument qui semble avoir le plus de poids dans l'acte d'achat reste le « made in France ». « *Pour les cavistes, le fait qu'Anaë soit un gin de dégustation français est essentiel ; le bio est un argument supplémentaire* », reconnaît Pauline Raffaitin. Un constat partagé par Audrey Dassié, directrice marketing et communication de Whiskies du Monde. « *Le regain d'intérêt pour le "made in France" et la production locale a profité à la trilogie Madame & Messieurs durant la crise sanitaire. Elle a ainsi doublé ses volumes entre 2020 et 2021, l'argument bio étant un élément supplémentaire pour des consommateurs en quête de réassurance.* » Même son de cloche avec Dimitri Perez, le co-fondateur d'Apotheka. « *Nous distribuons les whiskies Ergaster qui sont bio depuis 2020. Le bio est important, nous avons tous le souhait d'être plus vertueux. Mais qu'il s'agisse des cavistes ou des consommateurs, lorsqu'on leur parle d'un whisky français bio, ils entendent avant tout français.* »

Vous l'aurez compris, si le bio se développe peu à peu dans le monde des spiritueux, la tendance est avant tout au « made in France ». Pour Thierry Daniel, le co-organisateur du salon Cocktails Spirits, ce regain d'intérêt pour les spiritueux français s'explique par l'affirmation du terroir hexagonal. « *Nous sommes au début de la révolution des eaux-de-vie françaises de terroir,* affirme-t-il. *Pour préparer l'édition 2022 de Cocktails Spirits et la sortie de notre* Road Book *consacré à la France, nous avons parcouru l'Hexagone. Nous avons constaté une vraie redistribution des cartes dans tout le pays notamment grâce aux vignerons de plus en plus nombreux à se lancer dans les spiritueux. Ce nouveau souffle est également porté par les eaux-de-vie de cidre ou les Blanches d'armagnac qui offrent un rapport qualité-prix-émotion remarquable.* »

L'industrie des spiritueux semble être entrée dans un cercle vertueux. Cette affirmation du terroir, contribuant à reconnecter les spiritueux à leurs matières premières et offrir une plus grande transparence, devrait en effet jouer en faveur du bio et favoriser son développement. ■

LE PACKAGING, L'AUTRE DÉFI DES PRODUCTEURS

Pour les producteurs de spiritueux, le bio fait le plus souvent partie d'une démarche globale qui inclut entre autres le packaging. Et, en la matière, les Français sont une fois encore à la pointe de l'innovation comme le prouve le lancement du cognac 2050 par la maison A. de Fussigny (70 cl, 40°, PVC : 50 €). « *Nous avons réduit le poids des bouteilles de nos spiritueux bio et 85% des matières sèches que nous utilisons sont françaises,* explique Thomas Gonon. *Aujourd'hui, nous allons plus loin avec le lancement de 2050, un cognac bio qui a bénéficié d'un* finish *en fûts neufs toastés et qui est mis en bouteille sans aucun ajout. Au-delà de son profil qui n'est pas conventionnel, c'est une innovation majeure en termes de packaging. Sa bouteille, mise au point par la société Green Gen Technologies, est élaborée en fibre de lin français pour la partie extérieure et le revêtement intérieur est en rPET recyclé à 100%. Quant à l'étiquette, c'est une fine couche de plastique végétal hydrosoluble. En plus d'être résistante et recyclable, cette nouvelle bouteille est extrêmement légère : elle pèse 85 grammes contre 700 généralement pour un format de 70 cl. Même sa fabrication permet de réduire les émissions de carbone puisqu'elle est produite à température ambiante contrairement au verre. Il s'agit de la bouteille avec le plus faible impact carbone au monde.* »

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9405533600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CAVISTES E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **46654**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Mai 2022 P.32-33**
Journalistes : **Jean-Michel Peyronnet**
Nombre de mots : **661**

PAROLES D'EXPERTS

propos recueillis par Jean-Michel Peyronnet

JÉRÉMY ARNAUD, dirigeant fondateur de Terroir Manager

DR

« Dire bio ne suffit plus aujourd'hui. On est déjà au-delà du bio, au-delà des normes et des certifications. Les challengers et les leaders y réfléchissent fortement, le bio s'insérant désormais dans un mouvement plus large qui inclut le respect de la nature, la relation du vigneron à son terroir et le récit qu'il en fait. Une nouvelle élite de consommateurs émerge, qui s'avère de plus en plus éthiquement engagée. Même les grands crus classés de Bordeaux adoptent une approche environnementale, le classement ne suffit plus. J'aime qualifier le bio qui met sa certification en avant de "bio-nysiaque", un peu le bio du pauvre pour happy cool, *tandis que l'humanisation, l'incarnation, la naturalité relèvent davantage de ce que j'appelle le "bio-sophique", porteur d'un récit éthique à transmettre. Car le bio se prescrit, notamment chez les cavistes. Le producteur de vins bio doit avoir un récit à raconter, récit que peut ensuite s'approprier le caviste pour le proposer à des clients* a priori *de plus en plus demandeurs. »*

« On sent une réelle volonté des propriétés et une demande des consommateurs, majoritairement des femmes, qui ont fait bouger les lignes, qui demandent comment tel vin est travaillé... »

DR

ARNAUD SISSAC, directeur des opérations et des vignobles V&B

« Nos clients recherchent des vins qui portent la patte du vigneron et qui respectent l'environnement. Transparence et traçabilité les préoccupent davantage que telle ou telle certification, ils ne connaissent d'ailleurs que la certification AB. En trois ans nous sommes passés de 5% à 12 voire 15% de l'offre, et cela va encore progresser. Nous exploitons 140 ha en propre sur 8 propriétés dont 7 sont en bio ou en dernière année de conversion. Sur les bières, plutôt que le bio, on recherche des produits locaux, des bières artisanales. C'est l'authenticité qui prime. Et c'est la même chose sur les spiritueux. »

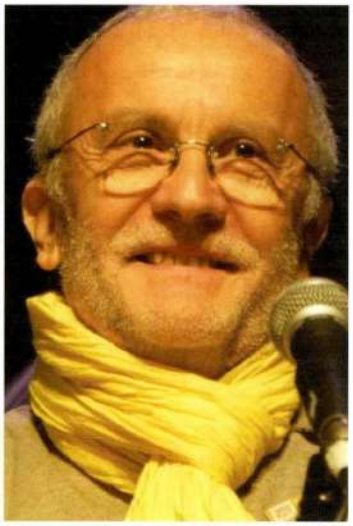
239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 8105533600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

FRÉDÉRIC LÉNA, conseiller en stratégie d'image, créateur et directeur artistique de l'agence Antirouille

« Le secteur du bio est passé en 20-30 ans du militantisme au business. Côté consommateurs, les vins bio ne sont plus réservés à une élite. En tout cas la demande en bio est bien ancrée, en France et à l'export. En termes de codes graphiques, on répond à une demande d'humour, de décalé, d'étiquettes réduites et en papier certifié respectueux de l'environnement ; certains demandent même des contenants en PET de maïs biodégradable... »

DR



DR

JACQUES BERTHOMEAU, auteur du rapport éponyme en 2001, bloggeur

« La vinification en bio est cousine germaine de la vinification dite traditionnelle. Je défie les grands dégustateurs de déceler à l'aveugle un vin vinifié en bio dans un univers de vins vinifiés avec les armes des vendeurs de poudre de perlimpinpin. C'est du pipeau, de la pure communication, beaucoup sont autant formatés que les vins traditionnels. Attention, lisez-moi bien, je parle de la vinification. J'ai suivi l'intense lobbying des marchands de produits œnologiques à Bruxelles lors de la définition du vin biologique, croyez-moi ils ont gagné avec la complicité de certains de nos partenaires, tout particulièrement les Allemands. »

SAMUEL BUTEAU, directeur réseau de Cavavin

« Aujourd'hui, les vins certifiés bio, biodynamie ou HVE représentent 12% de l'offre sur notre plateforme, contre 5 à 6% il y a deux ans. Et on peut sans doute envisager de monter à 20% à terme car plusieurs domaines sont en conversion. On sent une réelle volonté des propriétés et une demande des consommateurs, majoritairement des femmes, qui ont fait bouger les lignes, qui demandent comment tel vin est travaillé, qui est le vigneron, s'il respecte la nature... C'est devenu bien plus qu'un phénomène passager. Cela suppose bien sûr une professionnalisation spécifique de nos franchisés. Il faut cependant reconnaître que les contraintes des cahiers des charges, et les problèmes liés au réchauffement climatiques laissent pour l'instant la pole position aux vins conventionnels. »

DR

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 8105533600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CAVISTES E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **46654**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Mai 2022 P.30-31**
Journalistes : **Jean-Michel Peyronnet**
Nombre de mots : **746**

DOSSIER VINS BIO

LA DEMANDE DE VINS BIO EN CROISSANCE CONTINUE

En France et ailleurs, le bio côté vins, ça marche ! Revue de détail avec l'étude publiée par Sudvinbio à l'occasion du dernier salon Millésime Bio, complétée par les commentaires de nos experts et de nos cinq cavistes.

par Jean-Michel Peyronnet

« *On est passé d'une consommation de curiosité à une consommation installée, à une consommation structurelle. L'écart s'est réduit entre les consommateurs qui déclarent avoir eu l'occasion de goûter un vin bio, ne serait-ce qu'une fois dans leur vie, et les consommateurs réguliers* », se réjouit Nicolas Richarme, président de Sudvinbio, association qui rassemble près de 500 entreprises de la filière bio d'Occitanie et organise le salon Millésime Bio de Montpellier. Nicolas Richarme précise

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4005533600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

ASSORTIMENT

« Toutes filières confondues, on estime à 9,5% la part de la surface agricole utile convertie en bio. Pour le vin c'est 17% ! »

Nicolas Richarme, président de Sudvinbio

encore qu'en France, « *891 exploitations ont commencé leur conversion en 2021, 3186 en 2020 et 1313 en 2019 ! Toutes filières confondues, on estime à 9,5% la part de la surface agricole utile convertie en bio. Pour le vin c'est 17% !* »

LE VIN BIO EN EUROPE : LES CHIFFRES

Selon l'Observatoire européen de la consommation de vin biologique, qui a publié fin 2021 une étude Ipsos/Millésime Bio sur l'évolution de la consommation de vin bio en Europe sur trois marchés, France, Allemagne et Royaume-Uni, 29% des Européens ont intégré le vin bio dans leur panier de consommation, la part des consommateurs dits structurels s'affichant à 36% pour la France (*vs* 17% en 2015), 27% pour le Royaume-Uni (*vs* 18%) et 23% pour l'Allemagne (*vs* 18%). Si l'on prend en compte les consommateurs structurels et occasionnels, les Français sont plus nombreux (54% *vs* 36% en 2015) que les Allemands (33% *vs* 32%) et les Britanniques (29% *vs* 21%) à avoir eu l'occasion de goûter à un vin bio. Concernant les profils sociaux des amateurs de vins bio, 8 points séparent les moins de 35 ans (46%) et les plus de 55 ans (38%) ; 48% des plus diplômés ont déjà consommé un vin bio ; le lieu de résidence est aussi à prendre en compte : 75% des Franciliens ont consommé du bio *vs* 39% en moyenne européenne.

LES CLIENTS POTENTIELS MAL INFORMÉS ?

On s'en doutait, l'étude vient le confirmer : préoccupations environnementales et enjeux éthiques jouent un rôle significatif dans l'engouement pour les vins bio : 61% des Européens considèrent qu'un vin bio est plus respectueux de l'environnement et que le bio favorise une filière de production plus équitable (35%).

Autre caractéristique des consommateurs européens de vins bio : ils sont 63% à accepter de les payer plus cher *vs* 57% en 2015. En France, le prix moyen d'une bouteille de vin bio est de 14 € (+ 5 € *vs* 2015), de 18,90 € au Royaume-Uni (+ 6,60 €) et de 10 € en Allemagne (+ 2,30 €). Bref, le bio, ça marche ! Petit bémol cependant : 40% des Français qui n'ont jamais acheté de vin bio se considèrent mal informés. Et 36% des Européens estiment qu'il est trop cher. ■

LES VINS NATURE : UN AUTRE UNIVERS

Inutile de chercher des données chiffrées sur ce segment particulier, il n'en existe pas... Mais « *il est peu probable que cela devienne une production de masse* », prévoit Jacques Flouzat, co-président de l'Association des vins naturels (AVN) et caviste à Bourges, qui compare volontiers le travail du vigneron à celui d'un peintre ou d'un sculpteur. Il aime à citer l'un de ses amis, Claude Courtois, pionnier solognot du vin nature : « *Le travail ne suffit pas, il faut avoir la lumière.* » Esotériques, voire idéologiques, les vins nature ? « *D'après mon expérience, c'est une légende* », rétorque Jacques Flouzat. Mais faire du vin est difficile et « *les producteurs de vins nature manquent peut-être de temps pour échanger entre eux* ». Le bio peut-il mener aux vins nature ? « *Il s'agit de deux univers bien différents,* estime notre homme, *la panoplie des produits autorisés dans le bio étant incompatible avec la façon dont sont élaborés les vins propres, sans aucun intrant ni sulfite !* » En tout cas, les vins nature s'exportent en Amérique du nord, au Royaume-Uni, au Japon... Et ils sont également produits en Espagne, en Italie, en Europe centrale...

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4005533600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez Nicolas, le caviste.

5 Juin 2022
Durée de l'extrait : **00:00:39**
Heure de passage : **12h59**
Disponible jusqu'au :
4 Aout 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220147731

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

11 Juin 2022
Durée de l'extrait : **00:27:33**
Heure de passage : **13h30**
Disponible jusqu'au :
10 Aout 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

Résumé: L'émission est délocalisée depuis la boutique Nicolas de Vichy.

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220153111

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **95992**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

14 Juin 2022
Journalistes : **Alexandre Abellan**
Nombre de mots : **3551**

www.vitisphere.com

Visualiser l'article

Fiche pays La francophilie de la Roumanie est une opportunité pour les vignerons français

Peu identifié comme un marché porteur, le pays d'Europe de l'Est augmente actuellement ses achats et diversifie ses approvisionnements.

Le vin est un cadeau que l'on offre selon les occasions, comme le chocolat, rapporte Roxana Puscasu. - crédit photo : Business France

«

La Roumanie est un marché mature avec toujours un potentiel de progression. Il y a encore de la place pour développer de nouveaux produits et conquérir des consommateurs locaux » pose Roxana Puscasu, chargée d'affaires export pour Business France à Bucarest. Sur les trois dernières années, la consommation roumaine de vin a continué de croître en volume et valeur, avec une valorisation croissante, témoignant d'une premiumisation. Pays viticole (avec 182 500 hectares de vignes, pour le douzième producteur mondial), la Roumanie a une consommation de vin sans doute supérieure à celle officielle (de 23,5 litres par an et par habitant), du fait de la production artisanale dans les zones rurales (pour de l'autoconsommation). Les opérateurs du vin ciblent essentiellement les consommateurs citadins, les bars à vin étant une tendance de grandes villes (la capitale Bucarest, mais aussi Braov, Cluj-Napoca, Constana...).

Troisième pays fournisseur de vin en valeur et sixième en volume, la France bénéficie d'une image qualitative indique Roxana Puscasu, notant que ses cuvées sont souvent choisies pour des cadeaux. Les principaux concurrents de la France sont la Moldavie (par effet de proximité, d'autant plus que des producteurs roumains y ont des vignoble) et l'Italie (également à proximité). Les **vins** du nouveau **monde** reste peu présents sur ce marche assez traditionnel. *« La Roumanie est un pays francophone et francophile »* relève Roxana Puscasu, qui évoque notamment la présence d'**enseignes**, comme Carrefour, des **cavistes Nicolas**, de l'épicerie Comtesse du Barry...

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Best-sellers

Parmi les **vins** français les plus vendus se trouvent **Bordeaux** et la Champagne, ainsi que les vins de Provence et de Bourgogne. Mais *« il y un potentiel important pour d'autres régions : les importateurs cherchent de nouveaux produits (origines, cépages...) »* souligne Roxana Puscasu, qui précise que les démarches bio, biodynamie et nature restent actuellement des niches en développement. Dans l'immédiat, les principaux critères d'achat restent la couleur (rouge et blanc en priorité, avec de la saisonnalité pour les rosés et les effervescents), la sucrosité (il est conseillé de la préciser sur la contre-étiquette des vins blancs) et l'origine (pays, appellation...).

La distribution des vins sur le marché roumain est dominée par les grandes surfaces, qui sont nettement majoritaires devant les chaînes spécialisées, les cavistes et le e-commerce. Les ventes en ligne ont augmenté sous l'effet du covid souligne Roxana Puscasu, le vin étant la seule boisson dont la consommation s'est non seulement maintenue, mais a cru. Pour importer ses vins sur le marché roumain, un opérateur français peut passer par l'intermédiaire d'importateurs ou opter pour une expédition en direct. L'experte recommande d'élargir les contacts et de soutenir tout lancement : *« il n'y a pas de barrière. Si une société souhaite exporter, la seule chose est de s'investir dans son projet, d'en assurer le suivi. Le relationnel est très important : il faut garder le contact et répondre rapidement aux questions ».*

CASTELNICOLAS2 - CISION 364103819

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Bimestrielle**
Audience : **44433**
Sujet du média :
Agroalimentaire-Agriculture

Edition : **Avril - juin 2022 P.34**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **806**

Distribution | Internet

Le e-commerce de vin, en route vers le milliard

Malgré la baisse structurelle de la consommation de vin, la concurrence croissante de la bière ou encore les difficultés à attirer les jeunes consommateurs, les ventes en ligne de vin se portent plutôt très bien en France. Le chiffre d'affaires du e-commerce vin a bondi de 30 % par an en moyenne entre 2013 et 2021 avec plusieurs phases d'accélération comme l'essor des box et formules d'abonnement en 2015 puis la montée en puissance des sites de vente privée et des marketplaces généralistes en 2016-2017. Avec la diffusion des pratiques d'achat sur internet dans un contexte de crise sanitaire, et en particulier du drive, les ventes de vin en ligne se sont envolées de 38 % en 2020 à plus de 650 millions d'euros, d'après les estimations de Xerfi Precepta, puis ont encore progressé de 15 % en 2021 à 750 millions pour représenter un peu moins de 10 % du marché du vin en BtoC.

Le marché a profité d'un environnement moins anxiogène et de la diffusion massive de la pratique de la vente en ligne. Sur le dernier exercice, l'essentiel de la croissance est imputable aux pure players du e-commerce de vin et aux sites de vente privée. Désormais, la filière est en route pour franchir la barre symbolique du milliard. L'activité des e-commerçants augmentera de 10 % par an en moyenne pour s'établir à 1,1 milliard d'euros d'ici 2025, selon nos prévisions. Elle sera d'abord soutenue par l'extension de l'offre vers les autres boissons alcoolisées, et notamment les bières (dont la demande est très dynamique) et les spiritueux (très valorisés). Sans oublier bien sûr, la démocratisation croissante de l'achat en ligne ou encore la vitalité de la demande de vins ultrapremium à l'export, l'apparition de nouveaux modèles comme le quick commerce et l'amélioration de l'offre de services ou encore l'accélération d'enseignes de cavistes comme Nicolas et VandB sur le digital, permettant de cibler de nouveaux profils de consommateurs.

Trois modèles économiques bien distincts ont cours chez les quelque 500 acteurs du e-commerce de vin en France : celui du producteur/distributeur, celui de l'intermédiaire revendeur (achat et revente avec une marge) et celui de la place de marché (une plateforme de mise en relation avec le plus souvent une rémunération à la commission). L'analyse du trafic par profil d'opérateur permet d'identifier les tendances du jeu concurrentiel à l'œuvre dans le e-commerce de vin. Si en 2020, le site de vente aux enchères Idealwine a, à lui seul, gagné plus de 70000 visiteurs chaque mois, en 2021, ce sont surtout les marketplaces spécialisées (Vinino notamment mais aussi Drinks&Co et Les Grappes) qui ont explosé (+ 50 %) ainsi que les e-cavistes (surtout Vinatis et Millésima dans une moindre mesure). En revanche, le trafic des sites spécialisés des GMS (grandsvins.carrefour.fr, vins.geantcasino.fr, vins.supercasino.fr, Macave.leclerc) a marqué le pas l'an dernier en raison de la fermeture de la plupart des structures entre 2019 et 2021 pour un basculement de l'offre vers les sites marchands des enseignes. Précisons que les géants de la grande distribution captent 38 % du marché en valeur grâce à leurs drives et services de livraison. Suivent les pure players du e-commerce de vin (ou e-cavistes), acteurs historiques du secteur qui trustent 29 % puis les sites de ventes privées (14 %), les géants du e-commerce (Cdiscount, Amazon) et enfin les cavistes et les acteurs atypiques.

Résoudre l'équation de la rentabilité est en effet le principal enjeu des e-commerçants. L'évolution du chiffre d'affaires est le premier facteur de hausse ou de baisse de la rentabilité, selon les responsables et décideurs de sites de e-commerce. C'est donc sur cet indicateur, plutôt que sur les marges, que se concentrent leurs efforts. Alors que la pression sur les prix est déjà très forte sur internet, la plupart des acteurs du vin en ligne cherchent à améliorer l'expérience client pour recruter et fidéliser de nouveaux clients. Cela passe notamment par le développement d'une offre de conseils et de services (sommelier virtuel, application mobile…) mais aussi par la qualité du service de livraison. Nombre de grands acteurs concentrent eux leur audience sur une même plateforme (market place en particulier) pour mutualiser les coûts et tirer parti d'une image de marque. C'est par exemple le cas d'Auchan, Carrefour et Leclerc mais également de Pernod Ricard qui a fusionné ses trois sites marchands au sein de Drinks & Co en 2019. Plusieurs cavistes ou e-cavistes ont intégré les places de marché généralistes ces derniers mois pour profiter de leur audience record, au risque de cannibaliser l'activité de leurs sites marchands. C'est le cas, entre autres, de Lavinia (Amazon, Rakuten mais également Carrefour). ■

Sources : Xerfi « Le e-commerce de vin en quête de rentabilité - Structure de la concurrence, stratégies de croissance et perspectives à l'horizon 2025 »

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: Le caviste Nicolas a été fondé en 1822.

19 Juin 2022
Durée de l'extrait : **00:27:48**
Heure de passage : **12h31**
Disponible jusqu'au :
18 Aout 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220160488

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Bordeaux.

25 Juin 2022
Durée de l'extrait : **00:27:20**
Heure de passage : **13h30**
Disponible jusqu'au :
24 Aout 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220168104

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez Nicolas, le caviste qui a été fondé en 1822.

26 Juin 2022
Durée de l'extrait : **00:27:48**
Heure de passage : **12h32**
Disponible jusqu'au :
25 Aout 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220168205

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MENTIONS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

LA VOIX

Famille du média : **Médias régionaux (hors PQR)**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **19010**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **1er juin 2022 P.20**

Journalistes : **HERVÉ MARTIN**

Nombre de mots : **990**

Tandem La Méchante et Le Connard

Leur swing a fait danser Cannes

De rares Sancerrois ont pris part aux réjouissances du 75e festival de Cannes. Les fantastiques musiciens Casey-Jane et Cyril Roger, de Bué, ont vécu une semaine cannoise à la suite d'un heureux retour d'ascenseur. Leur vie est une adorable bande originale. Récit.

Casey-Jane et Cyril Roger n'oublieront pas de sitôt leur séjour à Cannes, au Pavillon Américain.

On ne présente plus Casey-Jane et Cyril Roger, le duo le plus swing du Berry qui se produit sous le terrible nom de scène, La Méchante et le Connard ! Cela pourrait faire un titre de film noir... Mais c'est un couple fusionnel, à la ville comme à la scène, un combo musical qui met le feu comme quatre musiciens déchaînés et transmet ses bonnes vibrations.

Le duo a rencontré des tonnes de paillettes, à Cannes, la semaine dernière, un épisode inattendu. « Comment on s'est retrouvé à Cannes ? C'est un chemin un peu rigolo... », lance Casey-Jane, un chemin entre Paris, New-York, Cannes...

American dream

Flashback. « Notre groupe a débuté de zéro, on a commencé à jouer ensemble, à jouer lentement, il y a quelques années. On apprenait chacun de son côté, à Issy-Les-Moulineaux, on était profs de musique. Et on s'est mis à jouer dans la rue. On gagnait juste assez d'argent pour acheter une bouteille de vin Nicolas. Puis nous avons joué dans des cafés et des restaurants... On n'avait pas d'enfant, on jouait trois ou quatre fois par semaine, puis on animait des fêtes. Et un jour, on a décidé d'aller aux États-Unis, l'été. On avait fait assez de concerts pour payer le voyage. Là-bas, on a rencontré quelqu'un qui nous a demandé de jouer de la musique à son mariage. Ce monsieur travaille au Pavillon Américain à Cannes. C'est un lieu pour le business international, chaque pays participe, dont la France. Le Pavillon Américain est dix fois plus grand que les autres et il propose un programme d'étudiants pour 240 personnes. On y trouve des stars, des réalisateurs, des panels qui viennent pour discuter et aussi le festival du court-métrage. C'est un salon privé. On était l'un des seuls recrutés pour le gala d'ouverture et pour la grande fête de *Deadline* un magazine de cinéma de Hollywood... On l'a fait surtout pour le prestige. On a commencé sur les trottoirs de Paris et là, on se retrouve à Cannes ! Mais on n'a pas pris la grosse tête ! »

Musicien, la belle vie, on prend ce que la vie donne

De retour en Sancerrois, Casey-Jane garde la tête froide et mesure sa chance d'avoir une telle vie. « On est tellement content d'être à Bué, on vit de notre musique, on est bien, on est tranquille entre les gens. On vit plein d'aventures, il y a 15 jours, on était en prison, on jouait à la prison de Bourges. Demain, on joue à Cosne. Musicien, c'est la belle vie, on prend ce que la vie donne. On vit de notre plaisir et d'échanges humains. Hier soir, après le mariage, la mariée et le marié nous ont dit merci, c'était vraiment bien... On n'est personne, on est juste Casey et Cyril. Ils ont senti quelque chose... La musique, c'est ça. C'est un échange... Avec ce projet, il y a un bon échange, c'est minimaliste, yukulélé-contrebasse-voix. L'autre jour, après le mariage, la mariée nous a dit je ne m'attendais pas à avoir autant de son avec si peu d'instruments... »

Le duo assume son répertoire musical de reprises populaires : « Pour le choix des musiques, je n'ai aucun problème dans ma tête, on fait des reprises bien travaillées, on écrit aussi nos propres musiques, mais pas dans ce projet... On est interprètes, c'est un métier. J'ai étudié la musique classique, le saxo à New-York, puis au conservatoire de Paris. J'ai vite compris que je ne gagnerais pas ma vie en faisant ça. »

La Méchante et le Connard, fine équipe et drôles de noms !

« On a la banane ! C'est joyeux, on est la Méchante et le Connard et ce nom,

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 2322413600508

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

c'est une blague ! On donne beaucoup, notre jeu est minimaliste et joyeux. On anime des restos et des fêtes avec les tubes que les gens aiment bien, et avec le sourire. On aime jouer ensemble, c'est de l'amour. Sur le moment, on est heureux et j'espère que le public le ressent. Cela fait dix ans qu'on joue ensemble, on se connaît tellement que même si l'on se trompe de note, ça se termine par un sourire. On vit pour ça, c'est agréable d'être gentil, essayer d'être une bonne personne, aider les gens qu'on peut, c'est fondamental... On pense un peu comme ça, on ne réfléchit pas à faire carrière, on veut juste rencontrer des gens bien, des gens gentils. Notre nom, La Méchante et le Connard, nous sommes juste le contraire ! Des gens nous disent de changer notre nom, mais les enfants aiment bien ! Quand le nom pose vraiment problème, on s'appelle juste Les Méchants ! Ce nom, c'est notre histoire, un hasard... On jouait à Paris dans la rue, les gens nous demandaient notre carte, on a dit un nom facile à retenir, c'est un super format, et une blague, La Méchante et le Connard... Pourquoi pas ? Et on l'a gardé. Aux États-Unis, ils comprennent la marchande et le canard... The vern and the jerk, c'est difficile à traduire, ça dépend du contexte... Dans la région, le nom passe bien, la région s'ouvre culturellement, avec de nouveaux lieux de culture, ça rajeunit. C'est super ! »

HERVÉ MARTIN

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 2322413600508

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Médias régionaux (hors PQR)**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **19681**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **1er juin 2022 P.24**

Journalistes : **HERVÉ MARTIN**

Nombre de mots : **975**

Tandem La Méchante et Le Connard

Leur swing a fait danser Cannes

De rares Sancerrois ont pris part aux réjouissances du 75e festival de Cannes. Les fantastiques musiciens Casey-Jane et Cyril Roger, de Bué, ont vécu une semaine cannoise à la suite d'un heureux retour d'ascenseur. Leur vie est une adorable bande originale. Récit.

On ne présente plus Casey-Jane et Cyril Roger, le duo le plus swing du Berry qui se produit sous le terrible nom de scène, La Méchante et le Connard ! Cela pourrait faire un titre de film noir... Mais c'est un couple fusionnel, à la ville comme à la scène, un combo musical qui met le feu comme quatre musiciens déchaînés et transmet ses bonnes vibrations.

Le duo a rencontré des tonnes de paillettes, à Cannes, la semaine dernière, un épisode inattendu. « Comment on s'est retrouvé à Cannes ? C'est un chemin un peu rigolo... », lance Casey-Jane, un chemin entre Paris, New-York, Cannes...

American dream

Flashback. « Notre groupe a débuté de zéro, on a commencé à jouer ensemble, à jouer lentement, il y a quelques années. On apprenait chacun de son côté, à Issy-Les-Moulineaux, on était profs de musique. Et on s'est mis à jouer dans la rue. On gagnait juste assez d'argent pour acheter une bouteille de vin Nicolas. Puis nous avons joué dans des cafés et des restaurants... On n'avait pas d'enfant, on jouait trois ou quatre fois par semaine, puis on animait des fêtes. Et un jour,

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Casey-Jane et Cyril Roger n'oublieront pas de sitôt leur séjour à Cannes, au Pavillon Américain.

on a décidé d'aller aux États-Unis, l'été. On avait fait assez de concerts pour payer le voyage. Là-bas, on a rencontré quelqu'un qui nous a demandé de jouer de la musique à son mariage. Ce monsieur travaille au Pavillon Américain à Cannes. C'est un lieu pour le business international, chaque pays participe, dont la France. Le Pavillon Américain est dix fois plus grand que les autres et il propose un programme d'étudiants pour 240 personnes. On y trouve des stars, des réalisateurs, des panels qui viennent pour discuter et aussi le festival du court-métrage. C'est un salon privé. On était l'un des seuls recrutés pour le gala d'ouverture et pour la grande fête de *Deadline* un magazine de cinéma de Hollywood... On l'a fait surtout pour le prestige. On a commencé sur les trottoirs de Paris et là, on se retrouve à Cannes ! Mais on n'a pas pris la grosse tête ! »

Musicien, la belle vie, on prend ce que la vie donne

De retour en Sancerrois, Casey-Jane garde la tête froide et mesure sa chance d'avoir une telle vie. « On est tellement content d'être à Bué, on vit de notre musique, on est bien, on est tranquille entre les gens. On vit plein d'aventures, il y a 15 jours, on était en prison, on jouait à la prison de Bourges. Demain, on joue à Cosne. Musicien, c'est la belle vie, on prend ce que la vie donne. On vit de notre plaisir et d'échanges humains. Hier soir, après le mariage, la mariée et le marié nous ont dit merci, c'était vraiment bien... On n'est personne, on est juste Casey et Cyril. Ils ont senti quelque chose... La musique, c'est ça. C'est un échange... Avec ce projet, il y a un bon échange, c'est minimaliste, yukulélé-contrebasse-voix. L'autre jour, après le mariage, la mariée nous a dit je ne m'attendais pas à avoir autant de son avec si peu d'instruments... »

Le duo assume son répertoire musical de reprises populaires : « Pour le choix des musiques, je n'ai aucun problème dans ma tête, on fait des reprises bien travaillées, on écrit aussi nos propres musiques, mais pas dans ce projet... On est interprètes, c'est un métier. J'ai étudié la musique classique, le saxo à New-York, puis au conservatoire de Paris. J'ai vite compris que je ne gagnerais pas ma vie en faisant ça. »

La Méchante et le Connard, fine équipe et drôles de noms !

« On a la banane ! C'est joyeux, on est la Méchante et le Connard et ce nom, c'est une blague ! On donne beaucoup, notre jeu est minimaliste et joyeux. On anime des restos et des fêtes avec les tubes que les gens aiment bien, et avec le sourire. On aime jouer ensemble, c'est de l'amour. Sur le moment, on est heureux et j'espère que le public le ressent. Cela fait dix ans qu'on joue ensemble, on se connaît tellement que même si l'on se trompe de note, ça se termine par un sourire. On vit pour ça, c'est agréable d'être gentil, essayer d'être une bonne personne, aider les gens qu'on peut, c'est fondamental... On pense un peu comme ça, on ne réfléchit pas à faire carrière, on veut juste rencontrer des gens bien, des gens gentils. Notre nom, La Méchante et le Connard, nous sommes juste le contraire ! Des gens nous disent de changer notre nom, mais les enfants aiment bien ! Quand le nom pose vraiment problème, on s'appelle juste Les Méchants ! Ce nom, c'est notre histoire, un hasard... On jouait à Paris dans la rue, les gens nous demandaient notre carte, on a dit un nom facile à retenir, c'est un super format, et une blague, La Méchante et le Connard... Pourquoi pas ? Et on l'a gardé. Aux États-Unis, ils comprennent la marchande et le canard... The vern and the jerk, c'est difficile à traduire, ça dépend du contexte... Dans la région, le nom passe bien, la région s'ouvre culturellement, avec de nouveaux lieux de culture, ça rajeunit. C'est super ! »

HERVÉ MARTIN

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4422413600503

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

SUD OUEST
www.sudouest.com

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **1015000**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **07 juin 2022 P.42-43**
Journalistes : **Jean-pierre Tamisier**
Nombre de mots : **901**

« SUD OUEST » ET VOUS

Le Cellier des Docks devient Maître caviste

Cette cave à vin située à Biarritz est la seule du Pays basque à faire partie de la trentaine d'établissements à avoir reçu ce label

Jean-Pierre Tamisier
jp.tamisier@sudouest.fr

Depuis quelques années, les caves à vin se sont multipliées en France. On en dénombre plus de 6 000, dont environ 4 500 indépendants. Pas facile de s'y retrouver dans cette profusion de proposition. Ce qui a conduit la Fédération des cavistes indépendants à lancer, en 2021, son label Maître caviste.

Une trentaine d'établissements ont aujourd'hui achevé la démarche pour l'obtenir, à l'image du girondin Philippe Taupy, caviste à Arès et Andernos. Au Pays basque, le Cellier des Docks, à Biarritz est le seul à l'avoir décroché.

Julien Combes conduit, avec son père Bernard, la destinée de cette cave, située au 5 bis, rue Luis-Mariano, à Biarritz, dans l'ancien quartier des Docks. Longtemps resté à l'écart de la vie de la cité impériale, l'endroit est devenu, au fil du temps, un espace de commerces voués au bien-être et au bien vivre.

Sept critères et un audit

« Pour obtenir ce label, nous avons dû constituer un dossier qui démontre que nous répondons aux sept critères exigés, poursuit Julien Combes. Il faut être caviste depuis plus de dix ans, montrer que l'on partage nos connaissances avec nos clients, par des ateliers de dégustations, des formations, etc., défendre l'idée qu'il faut savoir boire avec modération, montrer que l'on propose une gamme de vins cohérente, qui met en avant les vignerons, brasseurs ou distillateurs artisans. Il faut aussi démontrer que l'on va dans les vignobles et les salons pour connaître les produc-

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

teurs, être adhérent et s'impliquer dans la vie de la Fédération des cavistes indépendants, et répondre à un test de connaissances sur le vin. Un audit a été fait dans notre cave pour vérifier la validité des éléments du dossier. »

Ce label n'a pas pour objet, selon lui, de dévaloriser les cavistes qui ne l'ont pas. « La Fédération des cavistes indépendants a fait le constat que nous n'avions pas cet outil que d'autres professions ont développé depuis longtemps, comme les restaurateurs, les sommeliers, les boulangers, les fromagers, etc. »

Histoire familiale

Le jeune caviste basque a, pour sa part, entrepris toute une démarche pour approfondir sa connaissance du vin. « Le Cellier des Docks est une histoire familiale. Mon beau-père, Christian Bedat, a créé la cave, en 1991, près des halles de Biarritz. En 2004, il y a eu une opportunité d'ouvrir un second lieu dans le quartier des Docks, qui à l'époque, était endormi. Dans le même temps, l'environnement des halles de Biarritz a évolué. Le commerce pur a diminué au profit de propositions plus festives, vers lesquelles nous ne souhaitions pas aller. La cave des halles a fermé en 2012. »

> « Je trouve naturel de soutenir le territoire où je suis né et où je vis »

Deux ans plus tard, Julien Combes a décidé d'approfondir sa formation en rentrant chez l'enseigne Nicolas, à Paris. « Je me suis occupé des magasins de la rue Mouffetard et de la rue Lepic. Je suis ensuite parti un an en Nouvelle-Zélande. Je voulais apprendre le travail de la vigne et connaître concrètement ce qu'est la biodynamie. À mon retour, je suis ensuite rentré chez le caviste et restaurateur parisien Gegeor, ou je suis resté deux ans. En 2020, je suis revenu me confiner au Pays basque et je ne suis jamais reparti. »

Son beau-père partant à la retraite, Julien et son père Bernard ont décidé de poursuivre l'aventure du Cellier des Docks. « Le caviste doit être le relais entre ceux et celles qui font le vin et les consommateurs. Il faut savoir s'effacer pour valoriser les vignerons et en même temps affirmer l'identité forte de la cave. Tous nos vins sont choisis et nous les défendons », ajoute Julien Combes.

La carte de la proximité

Toutes les grandes régions viticoles sont représentées, mais le Cellier des Docks veut aussi jouer la carte de la proximité. Particulièrement avec les vins basques d'Irouléguy, dont Julien Combes est un grand défenseur. « Je trouve naturel de soutenir le territoire où je suis

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5857713600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le Maître caviste de Biarritz, Julien Combes et son équipe. ÉMILIE DROUINAUD / « SUD OUEST »

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5857713600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

né et où je vis, dit-il. D'autant que les vignerons d'Irouléguy produisent des vins de qualité. Pour les mêmes raisons, nous avons adhéré à l'Eusko, la monnaie locale basque. »

Le juste prix

Le caviste biarrot met aussi en avant sa volonté d'établir avec les producteurs de vin une relation équitable. « Nous ne négocions jamais le prix avec eux. Ils doivent avoir une juste rémunération. On établit ensuite une marge qui reste proche du prix de vente à la propriété. De la même façon, nous calculons un prix raisonnable pour les vins de Bordeaux achetés en primeur. »

Le Cellier des Docks espère aussi développer et pérenniser le rendez-vous qu'il a organisé, samedi 28 mai, sur la grande place de l'autre côté de la rue Luis-Mariano, en réunissant 25 vignerons, venus de différentes régions pour présenter leurs vins au public.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5857713600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

rhmatin

www.rhmatin.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **23831**
Sujet du média : **Gestion d'entreprise - Management**

8 Juin 2022
Journalistes : **Philippe Guerrier**
Nombre de mots : **2208**

Visualiser l'article

Université ANDRH 2022 : le reportage vidéo avec le bilan de la présidente Audrey Richard

Quel bilan de cette Université de l'ANDRH organisée les 2 et 3 juin 2022 à Nancy ? Découvrez le reportage News Tank RH et RH Matin qui résume l'ambiance sur place et les thématiques abordées avec des DRH témoins et des représentants de l'association de référence des DRH.
Vidéo :
https://www.rhmatin.com/qvt/motivation-engagement/pratiques/universite-andrh-2022-le-reportage-video-du-rendez-vous-des-responsables-rh.html

Avec plus de 500 participants, cette édition de **l'Université de l'ANDRH 2022** a été marquée par un programme de keynotes et d'ateliers denses et des intervenants de qualité sur deux jours.

Elle a permis également de fêter les 75 ans de l'association des professionnels RH.

A travers ce reportage vidéo, News Tank RH et RH Matin vous font revivre des grands moments de cette Université avec plusieurs témoignages :

- **Marc-Henri Bernard** , DRH groupe Rémy Cointreau,
- **Sabrina Lucatelli Mottin** , Responsable Ressources Humaines et RSE du caviste Nicolas,
- **Benoît Serre** , DRH de L'Oreal France et Vice-Président délégué de l'ANDRH,
- **Audrey Richard** , Présidente ANDRH, qui a un message fort à faire passer au nouveau gouvernement, tout en effectuant un bilan du rendez-vous passé avec les membres de l'association à Nancy.

Vous pouvez également retrouver l'ensemble de la production de courtes séquences vidéo News Tank RH et RH Matin réalisée lors de cet événement :

Dans la catégorie ANDRH

- Christine Caldeira , Secrétaire générale ANDRH ;
- Quentin Henon-Hilaire , groupe ANDRH Lorraine Nord.

Dans la catégorie DRH

- Sabrina Lucatelli Mottin , Responsable RH et RSE du caviste Nicolas ;
- Audrey Guidez , DRH France 3 Nouvelle-Aquitaine ;

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

- Ingrid Leboucher , DRH Kalray ;
- Nicolas Bergeret , DRH adjoint NEOMA Business School.

Dans la catégorie fournisseur de solutions

- Pascal Gaillard , Associé FiabData pour ZENDSN ;
- Agathe Malinas , Partners chez SIA Partners et experte métavers ;
- Samuel Tamba , Responsable Partenariats chez LinkedIn.

(Production vidéo : Olivia Schmoll)

CASTELNICOLAS2 - CISION 363907228

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

leberry.fr

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **316335**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Juin 2022
Journalistes : **Hervé Martin**
Nombre de mots : **5641**

www.leberry.fr

Visualiser l'article

Le swing des Sancerrois a fait danser Cannes

Casey-Jane et Cyril Roger n'oublieront pas de sitôt leur séjour à Cannes, au Pavillon Américain.

De rares Sancerrois ont pris part aux réjouissances du 75e festival de Cannes. Les fantastiques musiciens Casey-Jane et Cyril Roger, de Bué, ont vécu une semaine cannoise à la suite d'un heureux retour d'ascenseur. Leur vie est une adorable bande originale. Récit.

On ne présente plus Casey-Jane et Cyril Roger, le duo le plus swing du Berry qui se produit sous le terrible nom de scène, La Méchante et le Connard ! Cela pourrait faire un titre de film noir... Mais c'est un couple fusionnel, à la ville comme à la scène, un combo musical qui met le feu comme quatre musiciens déchaînés et transmet ses bonnes vibrations. Le duo a rencontré des tonnes de paillettes, à Cannes, la semaine dernière, un épisode inattendu. « Comment on s'est retrouvé à Cannes ? C'est un chemin un peu rigolo... », lance Casey-Jane, un chemin entre Paris, New-York, Cannes...

American dream

Flashback. « Notre groupe a débuté de zéro, on a commencé à jouer ensemble, à jouer lentement, il y a quelques années. On apprenait chacun de son côté, à Issy-Les-Moulineaux, on était profs de musique. Et on s'est mis à jouer dans la rue. On gagnait juste assez d'argent pour acheter une bouteille de vin Nicolas. Puis nous avons joué dans des cafés et des restaurants... On n'avait pas d'enfant, on jouait trois ou quatre fois par semaine, puis on animait des fêtes. Et un jour, on a décidé d'aller aux États-Unis, l'été. On avait fait assez de concerts pour payer le voyage. Là-bas, on a rencontré quelqu'un qui nous a demandé de jouer de la musique à son mariage. Ce monsieur travaille au Pavillon Américain à Cannes. C'est un lieu pour le business international, chaque pays participe, dont la France. Le Pavillon Américain est dix fois plus grand que les autres et il propose

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

un programme d'étudiants pour 240 personnes. On y trouve des stars, des réalisateurs, des panels qui viennent pour discuter et aussi le festival du court-métrage. C'est un salon privé. On était l'un des seuls recrutés pour le gala d'ouverture et pour la grande fête de Deadline un magazine de cinéma de Hollywood... On l'a fait surtout pour le prestige. On a commencé sur les trottoirs de Paris et là, on se retrouve à Cannes ! Mais on n'a pas pris la grosse tête ! »

Musicien, la belle vie, on prend ce que la vie donne

De retour en Sancerrois, Casey-Jane garde la tête froide et mesure sa chance d'avoir une telle vie. « On est tellement content d'être à Bué, on vit de notre musique, on est bien, on est tranquille entre les gens. On vit plein d'aventures, il y a 15 jours, on était en prison, on jouait à la prison de Bourges. Demain, on joue à Cosne. Musicien, c'est la belle vie, on prend ce que la vie donne. On vit de notre plaisir et d'échanges humains. Hier soir, après le mariage, la mariée et le marié nous ont dit merci, c'était vraiment bien... On n'est personne, on est juste Casey et Cyril. Ils ont senti quelque chose... La musique, c'est ça. C'est un échange... Avec ce projet, il y a un bon échange, c'est minimaliste, yukulélé-contrebasse-voix. L'autre jour, après le mariage, la mariée nous a dit je ne m'attendais pas à avoir autant de son avec si peu d'instruments... »

Le duo assume son répertoire musical de reprises populaires : « Pour le choix des musiques, je n'ai aucun problème dans ma tête, on fait des reprises bien travaillées, on écrit aussi nos propres musiques, mais pas dans ce projet... On est interprètes, c'est un métier. J'ai étudié la musique classique, le saxo à New-York, puis au conservatoire de Paris. J'ai vite compris que je ne gagnerais pas ma vie en faisant ça. »

La Méchante et le Connard, fine équipe et drôles de noms !

« On a la banane ! C'est joyeux, on est la Méchante et le Connard et ce nom, c'est une blague ! On donne beaucoup, notre jeu est minimaliste et joyeux. On anime des restos et des fêtes avec les tubes que les gens aiment bien, et avec le sourire. On aime jouer ensemble, c'est de l'amour. Sur le moment, on est heureux et j'espère que le public le ressent. Cela fait dix ans qu'on joue ensemble, on se connaît tellement que même si l'on se trompe de note, ça se termine par un sourire. On vit pour ça, c'est agréable d'être gentil, essayer d'être une bonne personne, aider les gens qu'on peut, c'est fondamental... On pense un peu comme ça, on ne réfléchit pas à faire carrière, on veut juste rencontrer des gens bien, des gens gentils. Notre nom, La Méchante et le Connard, nous sommes juste le contraire ! Des gens nous disent de changer notre nom, mais les enfants aiment bien ! Quand le nom pose vraiment problème, on s'appelle juste Les Méchants ! Ce nom, c'est notre histoire, un hasard... On jouait à Paris dans la rue, les gens nous demandaient notre carte, on a dit un nom facile à retenir, c'est un super format, et une blague, La Méchante et le Connard... Pourquoi pas ? Et on l'a gardé. Aux États-Unis, ils comprennent la marchande et le canard... The vern and the jerk, c'est difficile à traduire, ça dépend du contexte... Dans la région, le nom passe bien, la région s'ouvre culturellement, avec de nouveaux lieux de culture, ça rajeunit. C'est super ! »

CASTELNICOLAS2 - CISION 364038268

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

L'EXPRESS

www.lexpress.fr

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**
Audience : **4941828**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

14 Juin 2022
Journalistes : **Léa Delpont**
Nombre de mots : **4637**

Visualiser l'article

Canettes, minidoses, tireuses... Les nouvelles façons de boire du vin

Vinovae reconditionne les bouteilles de vin en miniflacons de 2 à 10 centilitres

Vinovae

Oser la cannette

Avec le vin en cannette, plus de problème de tire-bouchon. Et encore moins de goût de bouchon ! Star Beverages avait décapsulé en premier, dès 2013, mettant en avant l'empreinte carbone réduite de ces quelques grammes d'aluminium recyclables à l'infini. Depuis, la société travaille pour "une cinquantaine de producteurs : Domaine Martin, Château Léoube, Cellier des Dauphins...", détaille son président, Cédric Segal. Format nomade dosé pour une consommation raisonnable, la cannette incassable brise les codes de la sacro-sainte bouteille. 72% des Français seraient prêts à sauter le pas, selon EthicDrinks, qui lance sa gamme bio, Tchin'on. Séduite depuis 2019 par le cylindre de métal idéal pour le pique-nique ou se faire remarquer à l'étranger (90% d'exportations), Anne-Victoire Monrozier, qui produit du fleurie sous la marque Les Vins de Vicky, a vu sa stratégie confortée par le boom de la vente à emporter durant les confinements. L'an dernier, elle a "emboîté" le pas des 300 participants à la troisième International Canned Wine Competition.

Magnum et jéroboam en carton

Le cubi n'est pas mort. Il reprend du service avec Bag-In-Box (BIB), marque déposée par Smurfit Kappa. Ces fontaines économiques et légères, équipées d'un sac étanche de 3, 5 ou 10 litres et d'un robinet rendent de grands services lors des

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

soirées ou week-ends entre amis. Ouvertes, elles se conservent quatre semaines. Le caviste BiBoViNo a popularisé le concept avec des vins de domaines sélectionnés. Let It BIB vend en ligne des BIB naturels, biodynamiques et bio sous la bannière Vive le cubi libre ! Le Petit Ballon, lui, ne propose que trois références : blanc, rosé et rouge.

Quand le vin est tiré...

La dive bouteille est coupable : le verre est le premier émetteur de gaz à effet de serre de la filière vin. Le jaja à la tireuse refait donc surface, à côté de la bière à la pression, dans les lieux à gros débit (festivals ou événements sportifs). Si le caviste parisien Thierry Poincin a renoué dès 2011 avec le vin tiré à la cuve dans ses boutiques En Vrac, c'est le fût néerlandais KeyKeg, une poche de 20 litres dans un cylindre en plastique à brancher sur une tireuse classique, qui a permis à l'Agence Soif de faire une percée dans la restauration événementielle. "Les restaurants y viennent : nous comptons une quarantaine de clients pour leurs vins au verre", explique Céline Maguet, cofondatrice de l'agence. Le site Les Grappes a aussi une poignée d'adeptes sur des bars-péniches. Et, avant le Covid, le négociant Hecht & Bannier envoyait son rosé coteaux-d'aix-en-provence en KeyKeg à 150 gastro-pubs d'Angleterre. Inconvénient : non réutilisable, il termine dans la poubelle de tri plastique.

Une minidose pour un maxi-effet

Pour faciliter la dégustation sans sacrifier une bouteille, Vinovae reconditionne cette dernière en miniflacons de 2 à 10 centilitres, en verre ou en plastique PET. Ces Vinottes sont inspirées des échantillons distribués en cosmétique. Elles s'adressent aux producteurs, cavistes et sites de vente en ligne qui souhaitent faire découvrir leurs produits en masse et à distance. La start-up lyonnaise, créée en 2017, s'est imposée durant la pandémie et a lancé en mai 2020 le salon digital Hopwine. Les quatre éditions 2021 ont rassemblé 450 producteurs et donné lieu à pas moins de 80 000 envois de Vinottes dans 80 pays. "C'est plus facile de faire voyager les échantillons que les individus", explique le fondateur, Grégoire Henry. Vinovae prépare les coffrets d'entraînement pour les vendeurs de l'enseigne Nicolas et compose les kits de dégustation de l'organisme de formation WSET.

Vinovae

Tubes à succès

Adoptez le vin au verre. Ou plutôt en tube, avec le format "éprouvette" breveté par WIT France (pour Wine In Tubes). Quinze ans après sa fondation, grands châteaux et marques prestigieuses font confiance à la société bordelaise pour transvaser leurs crus ou spiritueux dans ces tubes en verre aminci de 5, 6 ou 10 centilitres, fermés par une capsule à vis. Ils permettent d'élargir l'offre au restaurant et de faciliter le service à bord d'un train ou d'un avion. WIT France produit 4 millions d'unités par an et prépare son installation aux Etats-Unis.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

monaco-matin

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **22000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **16 juin 2022 P.11**

Journalistes : **MARGAUX BOSCAGLI**

Nombre de mots : **437**

La ministre plénipotentiaire auprès de l'ambassade d'Israël en France à Sciences Po

Ronit Ben Dor, la ministre plénipotentiaire auprès de l'ambassade d'Israël en France, était en visite hier à Menton. Elle a été reçue sur le campus de Sciences Po en compagnie de l'association « Pax Medicalis », qui regroupe des professionnels de santé de toutes confessions et de toutes nationalités, et œuvre pour promouvoir la paix dans le monde. Trois étudiants du groupe Jardin de la Paix de Menton[1] ont notamment pu lui présenter leur documentaire *Mémoire des déportés juifs et mémoire des Justes, une histoire transfrontalière*, réalisé cette année.

« Ce documentaire s'appuie sur une histoire locale, celle de la famille Guetschel qui détenait un magasin de vêtements baptisé La Maison du Blanc sur la place Saint-Roch à Menton, où se trouve désormais la boutique d'alcools Nicolas, développe Florence Lagache, enseignante au lycée Pierre et Marie Curie de Menton, à l'initiative du groupe Jardin de la paix. *Ça a été notre fil rouge pour raconter le destin des réfugiés juifs et des Justes pendant la Seconde Guerre Mondiale à la frontière franco-italienne, car en réalité beaucoup de personnes, y compris des Mentonnais, connaissent peu cette histoire locale. »*

Visite du Jardin de la Paix-Simone Veil

Pour retranscrire le plus fidèlement cette partie de l'histoire de Menton, les élèves ont pu s'appuyer sur des échanges avec l'historien italien Paolo Veziano ainsi que Jean-Claude Volpi, membre de la Société d'art et d'histoire du Pays Mentonnais (SAHM). Le documentaire est disponible sur le site du lycée Pierre et Marie Curie ou sur la page Facebook du groupe Jardin de la Paix de Menton.

En fin de journée, les élèves et l'association « Pax Medicalis » menée par son secrétaire général, Daniel Bensoussan, ont d'ailleurs accompagné la ministre plénipotentiaire Ronit Ben Dor pour une visite du Jardin de la Paix-Simone Veil, au parc du Pian.

MARGAUX BOSCAGLI

En visite de travail mardi à Monaco, Ronit Ben Dor a été accueillie hier après-midi sur le campus de Sciences Po Menton. (Photo Jean-François Ottonello)

[1] Le groupe Jardin de la Paix de Menton existe depuis sept ans au sein du lycée Pierre et Marie Curie de Menton. Il avait pour objectif initial la création d'un jardin de la paix dans la ville de Menton, lequel fût inauguré en 2018 au parc du Pian. Ce projet citoyen auquel 20 élèves ont adhéré cette année a pour but de promouvoir le vivre ensemble et la lutte contre le racisme, l'antisémitisme et les discriminations.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6141323600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

nice-matin

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **376000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **16 juin 2022 P.9**

Journalistes : **MARGAUX BOSCAGLI**

Nombre de mots : **437**

La ministre plénipotentiaire auprès de l'ambassade d'Israël en France à Sciences Po

Ronit Ben Dor, la ministre plénipotentiaire auprès de l'ambassade d'Israël en France, était en visite hier à Menton. Elle a été reçue sur le campus de Sciences Po en compagnie de l'association « Pax Medicalis », qui regroupe des professionnels de santé de toutes confessions et de toutes nationalités, et œuvre pour promouvoir la paix dans le monde. Trois étudiants du groupe Jardin de la Paix de Menton[1] ont notamment pu lui présenter leur documentaire *Mémoire des déportés juifs et mémoire des Justes, une histoire transfrontalière*, réalisé cette année.

« Ce documentaire s'appuie sur une histoire locale, celle de la famille Guetschel qui détenait un magasin de vêtements baptisé La Maison du Blanc sur la place Saint-Roch à Menton, où se trouve désormais la boutique d'alcools Nicolas, développe Florence Lagache, enseignante au lycée Pierre et Marie Curie de Menton, à l'initiative du groupe Jardin de la paix. *Ça a été notre fil rouge pour raconter le destin des réfugiés juifs et des Justes pendant la Seconde Guerre Mondiale à la frontière franco-italienne, car en réalité beaucoup de personnes, y compris des Mentonnais, connaissent peu cette histoire locale. »*

Visite du Jardin de la Paix-Simone Veil

Pour retranscrire le plus fidèlement cette partie de l'histoire de Menton, les élèves ont pu s'appuyer sur des échanges avec l'historien italien Paolo Veziano ainsi que Jean-Claude Volpi, membre de la Société d'art et d'histoire du Pays Mentonnais (SAHM). Le documentaire est disponible sur le site du lycée Pierre et Marie Curie ou sur la page Facebook du groupe Jardin de la Paix de Menton.

En fin de journée, les élèves et l'association « Pax Medicalis » menée par son secrétaire général, Daniel Bensoussan, ont d'ailleurs accompagné la ministre plénipotentiaire Ronit Ben Dor pour une visite du Jardin de la Paix-Simone Veil, au parc du Pian.

MARGAUX BOSCAGLI

En visite de travail mardi à Monaco, Ronit Ben Dor a été accueillie hier après-midi sur le campus de Sciences Po Menton. (Photo Jean-François Ottonello)

[1] Le groupe Jardin de la Paix de Menton existe depuis sept ans au sein du lycée Pierre et Marie Curie de Menton. Il avait pour objectif initial la création d'un jardin de la paix dans la ville de Menton, lequel fût inauguré en 2018 au parc du Pian. Ce projet citoyen auquel 20 élèves ont adhéré cette année a pour but de promouvoir le vivre ensemble et la lutte contre le racisme, l'antisémitisme et les discriminations.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7461323600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web CHE

HEIDI.NEWS

www.heidi.news

Famille du média : **Médias étrangers**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Sciences & Techniques**

16 Juin 2022
Journalistes : **Sandra Pernet**
Nombre de mots : **2072**

Visualiser l'article

La Migros dit non à l'alcool

Des affiches annoncent la votation sur la vente éventuelle de boissons alcoolisées à Migros, mardi 24 mai 2022, Bern. | Keystone / Alessandro della Valle

Les coopératives régionales de la Migros ont statué: c'est non à la vente d'alcool, à l'unanimité, rapporte *Le Temps* . Le résultat du vote, annoncé jeudi 16 juin, montre cependant des différences régionales. Les plus enclins à accepter l'alcool dans les rayons du géant orange sont le Tessin, où 45% de coopérateurs se sont prononcés pour, et le Valais (40%). Migros Zurich est la plus réfractaire avec 80% de refus.

Pourquoi on en parle. Le vote des délégués en novembre 2021, qui a ouvert la porte à la vente d'alcool, a fait couler beaucoup d'encre. L'image de la Migros est souvent fortement liée à l'histoire familiale des Suisses et revêt un fort aspect émotionnel, rappelle le Point J de la *RTS* .

Au-delà de l'attachement affectif, la Migros est le seul supermarché qui ne vend pas d'alcool, rappelle les associations de lutte contre l'alcoolisme. Interrogé par la *RTS* , Fabrice Villard, qui se bat contre cette addiction, souligne l'importance d'un magasin sans alcool.

«Migros, c'est un îlot de protection. Je m'y sens mieux qu'ailleurs: il n'y a aucune lutte à faire, aucun rayon à éviter et c'est ça la force de ce magasin.»

D'un autre côté, beaucoup soulignent le côté hypocrite du distributeur. Le groupe Migros vend déjà de l'alcool en ligne, chez Denner qui lui appartiennent aussi ou à travers ses partenariats avec les spécialistes du vin Blavignac et Nicolas .

Instaurée en 1928, l'interdiction de l'alcool avait déjà été remise en question par un vote en 1948, mais avait été soutenue à

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

plus de 52%. A la suite de ce nouveau rejet, ce ne sera donc pas une bouteille de bière prénommée «oui» que l'on retrouvera dans les rayons de la Migros, mais sa contrepartie sans alcool estampillée «non».

CASTELNICOLAS2 - CISION 364176408

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web BEL

LaMeuse.be

lameuse.sudinfo.be

Famille du média : **Médias étrangers**
Audience : **399218**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

17 Juin 2022
Journalistes : **Emilie Depoorter**
Nombre de mots : **2965**

Visualiser l'article

Benoît Nihant a quitté le passage Lemonnier à Liège pour ouvrir en Bergerue

Au coin de la rue du Pot d'Or et en Bergerue. - E.D.

Finie la boutique du passage Lemonnier de Benoît Nihant. Désormais, c'est à l'angle de la rue du Pot d'Or et en Bergerue que vous retrouverez le magasin. Une nouvelle adresse qui a mis fin aussi au bar à cacao du chocolatier liégeois.

Vous l'avez peut-être remarqué : depuis le 7 juin dernier, la chocolaterie Benoît Nihant a quitté le passage Lemonnier pour s'installer au rez-de-chaussée du coin formé par la rue du Pot d'Or et en Bergerue à Liège. « C'était l'ancien magasin 'Petit Bateau' », précise le cacaofévier liégeois, « à côté du caviste Nicolas. »

Un déménagement qui résulte principalement de l'arrêt de la partie Horeca qui était présente dans le passage. « Avec la problématique actuelle du manque d'effectifs, nous n'avions pas une équipe stable, capable d'assurer correctement le suivi du salon de dégustation », poursuit Benoît Nihant. « Et partant de ce constat, on a pris la décision de stopper le bar à cacao, de revenir vraiment à notre métier de base qu'est la fabrication de chocolat et donc, la vente en boutique. »

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Des images de la plantation au Pérou. - E.D.

Le lieu précité était justement à remettre. « Et c'était clairement une occasion à saisir, une localisation idéale. Non pas que nous voulions quitter le passage mais, sans le bar à cacao, qui occupait tout de même deux vitrines, notre visibilité aurait été bien moindre. Finalement, tout s'est bien mis au niveau du timing. Ici on se retrouve vraiment dans l'une des meilleures rues commerçantes du centre-ville et le cachet du bâtiment aussi nous plaisait beaucoup. »

La surface de l'atelier va doubler

Après des mois de travaux de rénovation, le nouveau magasin a donc ouvert il y a un peu plus d'une semaine. « Niveau déco, nous sommes repartis sur nos couleurs de base, comme nous l'avons fait dans notre boutique de Woluwé-Saint-Pierre en janvier dernier, avec du doré et du noir. Mais il y a toujours une liaison qui est faite vers notre propre plantation de cacao au Pérou par des visuels installés en divers endroits ou encore notre atelier de production à Awans. Les gens qui entrent dans nos magasins peuvent donc avoir une information en vidéo ou en images mobiles. »

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Benoît Nihant. - TVA

Un atelier dont la surface de production va d'ailleurs être doublée. « Mais nous gardons notre caractère artisanal tout de même, notamment via l'achat de machines de torréfacteurs de la première moitié du siècle. »

Actuellement, on compte cinq boutiques Benoît Nihant en Belgique et le chocolatier a aussi développé un important partenariat à l'étranger, principalement au Japon.

CASTELNICOLAS2 - CISION 364209277

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

GENS D'ICI Julien Combes : premier maître caviste du Pays basque

Après avoir repris le flambeau au Cellier des docks de Biarritz, perpétuant ainsi l'histoire familiale, Julien Combes décroche le titre de maître caviste.

Alors que les premiers titres de maîtres cavistes ont été décernés en 2020, Julien Combes du Cellier des docks de Biarritz obtient à son tour la récompense tant convoitée, millésime 2022. Une appellation contrôlée qui a fait de lui le premier maître caviste du Pays basque.

Mais attention ! Ne devient pas maître caviste qui veut. En effet, ce titre répond à une charte très stricte qui demande un savoir-être, un savoir-faire et une expérience confirmés. Et comme le dit Julien Combes *« cela représente une valorisation du métier de caviste et de la philosophie que j'y attache : un grand respect des producteurs, des consommateurs et de nos collaborateurs. Notre équipe est responsabilisée sur la sélection des cuvées que nous achetons : nous dégustons ensemble, à l'aveugle, presque toutes les cuvées que nous conseillons ; nous allons, ensemble, sur le terrain à la rencontre des vigneronnes et des vignerons. Nous tentons de comprendre leur travail et leurs valeurs pour les retranscrire au mieux à nos clients. Mon idée du métier de caviste est la recherche d'un équilibre entre définir une identité forte dans notre sélection et s'effacer pour laisser s'exprimer celles et ceux qui font le vin. »* Et son histoire, tout le coeur qu'il a mis à l'ouvrage dans cette aventure, montre bien que son titre est largement mérité.

Une belle histoire de famille

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Si aujourd'hui Julien Combes est à la tête du Cellier des docks de Biarritz, il se destinait à l'aube de ses 18 ans à toute autre chose. En effet, *« je projetais de devenir professeur de SVT. »* Puis finalement il a intégré l'équipe du Cellier des docks en 2006 pour développer la partie B to B de l'entreprise alors dirigée à l'époque par Christian Bedat. Ce dernier désirait un nouvel équipier répondant selon Julien à 3 critères : *« être du "coin" (pour garder une dimension locale à son entreprise), avoir le BAC et ne rien connaître au vin ! En effet, il voulait quelqu'un de curieux et ouvert, sans a priori sur cet univers complexe et vaste. »*

Ainsi, en parallèle, Julien suit une formation par alternance (CQP vendeur conseil caviste) à Marmande et enchaîne avec un BTS par alternance plus généraliste (MUC) à Bayonne en 2008 et 2009. Il restera dans l'établissement jusqu'en janvier 2014 en qualité de responsable de la boutique.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Puis c'est l'« expatriation » vers Paris pour rejoindre sa compagne qui n'est autre que la fille de Christian Bedat. Il intègre le réseau de caves à vin « Nicolas » et gère 2 boutiques successivement dans le 5ème (rue Mouffetard) et le 18ème (rue Lepic). *« Conscient que le métier de caviste chez Nicolas ne remplit pas pleinement mes attentes ni ne correspond tout à fait à mes valeurs, nous décidons, ma compagne et moi, de vivre une expérience professionnelle à l'étranger » pour finalement poser leurs valises en Nouvelle-Zélande. Et c'est grâce à Michel Riouspeyrous, emblématique vigneron d'Irouléguy, que Julien Combes entre en contact avec Sam Weaver qui conduit en biodynamie (voir encadré) un domaine d'une vingtaine d'hectares au Nord de l'Ile du Sud. Là-bas, notre maître caviste découvre le métier de vigneron ainsi que la philosophie biodynamique. Après 8 mois d'apprentissage où « j'ai troqué mes Stan Smith et mon tablier un peu zone contre une paire de bottes vertes et un Massey Ferguson», les deux tourtereaux sont finalement revenus sur Paris où Julien exercera le métier de caviste tout en organisant des concepts de soirées dégustations au sein d'une cave à vin-restaurant pendant 2 ans. Puis le destin s'en mêla : le choix de son beau-père Christian de partir à la retraite en transmettant "familialement" son entreprise et le confinement* . Ainsi « Avec ma compagne enceinte, nous décidons de rentrer dans nos familles à Bassussarry, nous ne sommes jamais repartis. »

L'aventure familiale continue...

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Il s'agit maintenant de reprendre le flambeau. En 2019, Bernard Combes, le père de Julien est à la recherche d'un nouveau projet professionnel avant sa retraite. « Nos profils, lui gestionnaire et administratif et moi fort de 15 années d'expérience dans le vin, nous paraissaient complémentaires. Nous avons donc soumis un projet de reprise à mon beau-père et nous sommes lancés. » Aujourd'hui ils sont 5 à travailler à plein temps sur les activités de vente aux particuliers, aux professionnels et à l'organisation de soirées dégustation. Julien est également membre de la commission d'agrément de l'AOP Irouléguy.

La biodynamie pour les nuls

Pour l'avoir expérimentée en Nouvelle Zélande, Julien définit la biodynamie comme une philosophie assez globale qui conditionne toute la vie du producteur. Pour faire simple, la biodynamie respecte les cycles naturels et utilise par exemple le calendrier lunaire. Ainsi, les différentes étapes allant de la taille de la vigne jusqu'aux vendanges se déroulent à des moments bien précis.

La biodynamie est aussi un traitement naturel qui proscrit tout produit chimique. Julien explique que « pour accompagner les processus de pousse, de floraison ou de maturité des fruits, le vigneron biodynamique dispose d'une panoplie de préparations. Toutes ont des utilités définies et des noms particuliers. La plus connue est la préparation 500 (à base de bouse de vache) : à la fin de l'été, on emplit des cornes de bovidés de bouse que l'on enterre pour tout l'hiver, comme lors de l'hibernation. Au printemps, on retire la précieuse ressource fermentée des cornes (ce compost est alors extrêmement riche en micro-organismes) et on le mélange à de l'eau de pluie. On pulvérise ensuite cette préparation sur les parcelles cultivées, cela

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

stimule les plantes et rend le sol plus fertile. »

Bien entendu la biodynamie a un impact sur le produit fini. Elle s'exprimerait souvent par l'équilibre et la longueur des vins.

Le Cellier des docks

5 Bis Rue Luis Mariano,

64200 Biarritz

CASTELNICOLAS2 - CISION 364307775
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

l'hebdo du vendredi

www.lhebdoduvendredi.com

Famille du média : **Médias régionaux (hors PQR)**
Audience : **56141**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

22 Juin 2022
Journalistes : **S.K**
Nombre de mots : **1751**

Visualiser l'article

Le ballon captif veut profiter de l'été

Ce samedi aura lieu un événement musical et gourmand... si le temps le permet. (© l'Hebdo du Vendredi)

Attraction touristique installée au coeur d'Épernay, le ballon captif a connu quelques péripéties depuis son décollage en juillet 2018. D'abord grevé par des dépenses imprévues et l'absence d'une structure d'accueil du public, l'équipement a ensuite été victime de la pandémie qui a contraint la ville à racheter l'intégralité du capital à l'euro symbolique, à la fin de l'année 2020. Si l'on ajoute l'été « pourri » de 2021, rares sont les motifs de satisfaction pour cet équipement qui a déjà coûté énormément d'argent à la collectivité. Alors que la saison touristique bat son plein et que les visiteurs internationaux reviennent en nombre dans la capitale du champagne, la ville et l'agglomération espèrent que le ballon captif va enfin connaître des jours meilleurs.

C'est en ce sens qu'ont été imaginées les Soirées du ballon, un rendez-vous qui rassemblera ponctuellement, durant l'été, un concert, un food truck, un bar à champagne et un brasseur au pied de l'attraction, désormais ouverte sept jours sur sept pour profiter de la haute saison (du 4 juin au 18 septembre). Ce samedi 25 juin, de 19 h à 22 h, les participants pourront ainsi profiter des talents de l'artiste de pop folk Nathalie Sanchez et déguster les produits de Chez Jeanne, du champagneNicolas Moreau et de la brasserie Tête de chou. À condition que la météo, qui s'annonce pluvieuse en cette fin de semaine, permette tout de même à cette grande première d'avoir lieu. Rien n'est simple lorsqu'on est un ballon de 36 mètres de haut gonflé à l'hélium...

S.K

Infos : 03 26 57 89 24 et ballon-epernay.com

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

ONIRIQ

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Semestrielle**

Audience : **N.C.**

Sujet du média : **Lifestyle**

Edition : **Juin 2022 P.86-91**

Journalistes : **Désirée de Lamarzelle**

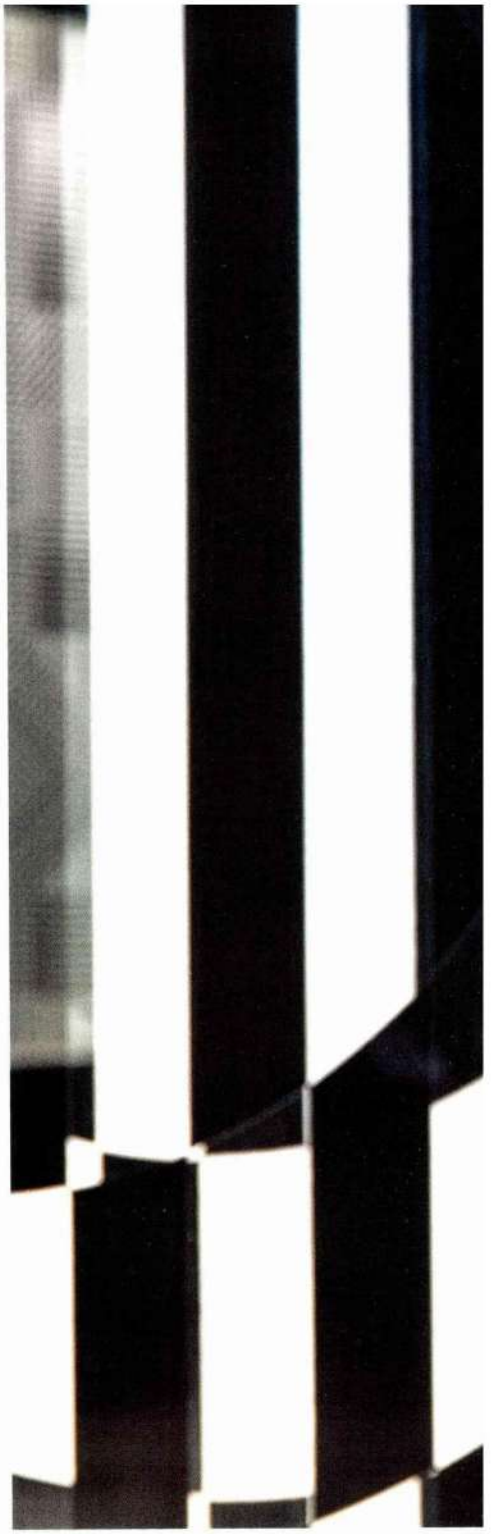
Nombre de mots : **1654**

Rencontre

Texte : Désirée de Lamarzelle

VASARELY, la tête dans les étoiles

La fondation Vasarely dédiée à l'inventeur de l'op art avec son centre architectonique installé sur les hauteurs d'Aix-en-Provence a fait jadis couler beaucoup d'encre judiciaire. Gardien du patrimoine artistique en tant qu'actuel président de la fondation, Pierre Vasarely, petit-fils et légataire universel du plasticien, multiplie les expositions. Rencontre à l'occasion de l'inauguration de l'exposition *Modernités cosmiques*.



Quel regard portez-vous sur Victor Vasarely ?

Pierre Vasarely : C'est d'abord mon grand-père, que j'ai très bien connu jusqu'à mes 37 ans et qui était profondément généreux. Il a laissé derrière lui 60 ans de travail, avec une quinzaine de périodes différentes entre 1930 et 1992, dernière année de création. C'était un artiste très complet, capable de faire de très beaux portraits, des nus et même des paysages, chose que l'on ne connaît pas forcément de lui. Il était doué dès son jeune âge : à quatre ans, il s'illustrait déjà dans la maison familiale avec ses premiers dessins sur les vitres animées par de la buée qu'il s'amusait à souffler.

Il a quitté la Hongrie pour faire carrière en France ?

P.V. : Oui, il a quitté sa Hongrie natale en 1930 après un passage déterminant à l'Atelier hongrois fondé par Sándor Bortnyik, qui était en quelque sorte le centre d'études du Bauhaus de Budapest. C'est à partir de cette période qu'il va montrer l'étendue de son talent, en commençant comme graphiste entre 1930 et 1939, où ses créations pour des campagnes de publicité (Lesieur, les vins Nicolas, Air France, SNCF...) portent les germes de ce qu'il va faire en tant qu'artiste. Il va être encensé par l'ouvrage d'un Américain publié en 1940, *Vasarely inconnu*, où il raconte l'existence à Paris d'un artiste hongrois extrêmement talentueux. Cela va contribuer à sa jeune notoriété.

C'est rare, un artiste de cette envergure qui exerce un métier alimentaire...

P.V. : Pour lui, ce sera un premier métier, qui va lui permettre de vivre et de poursuivre parallèlement ses recherches. C'est un aspect très important de son parcours car il suit les préceptes de Sandor Bortnyik qui prône une certaine indépendance économique des artistes par le travail alimentaire : *« Travaillez pour pouvoir vous acheter vos toiles, vos pigments, etc. »* Un principe de vie fondamental. C'était un immense

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0205823600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

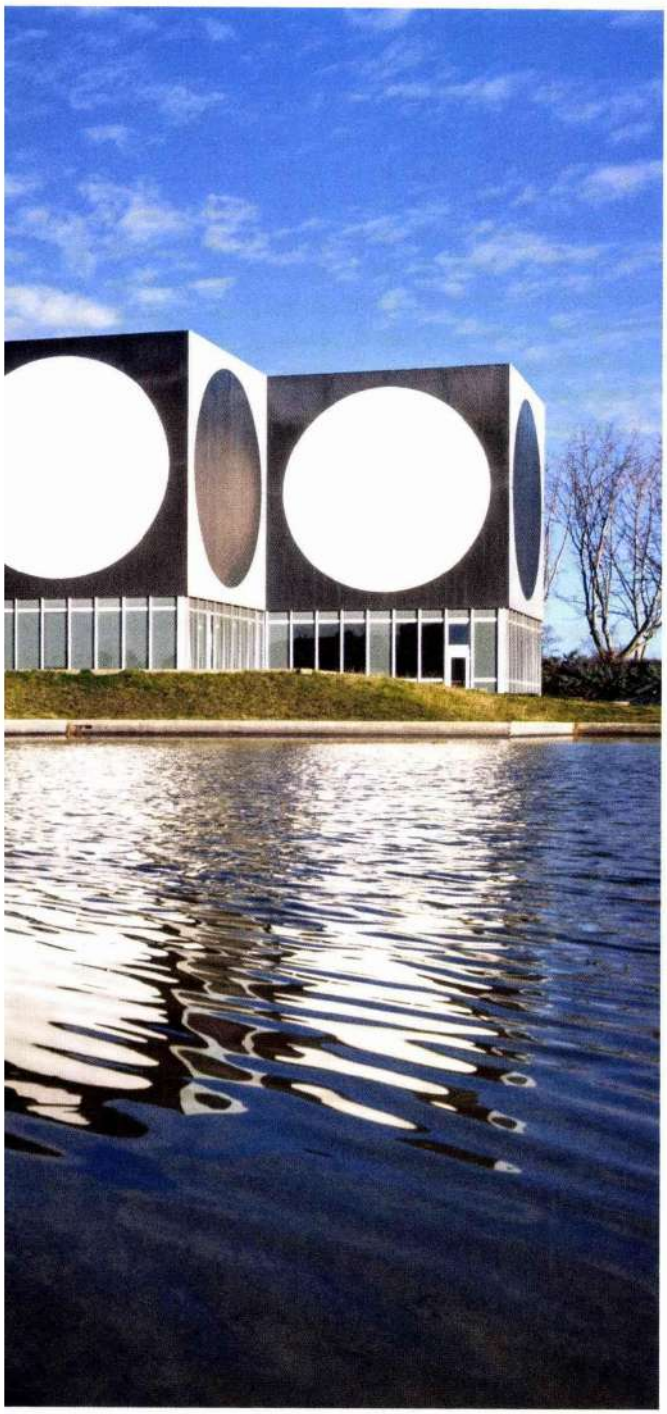
« La fondation Vasarely est la première à être monographique, c'est-à-dire qu'elle ne concerne qu'un seul artiste. »

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0205823600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0205823600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



travailleur, avec cette conscience aiguë du temps qui passe et la peur de ne pas y arriver.

La création de sa fondation de son vivant en atteste ?

P.V. : Oui, il faut être un artiste visionnaire et suffisamment empreint de générosité mais aussi un peu mégalomane pour oser se lancer contre l'avis de tous et financer son projet en faisant une donation, sans attendre qu'une ville ou un pays vous consacre un musée. Je ne révèle rien en précisant qu'il était communiste. Cela explique en grande partie sa volonté de transmettre ou de rendre ce qu'il a reçu. Vendre ses œuvres dans le monde entier pour se consacrer à sa fondation et restaurer le château de Gordes mais aussi construire la totalité des bâtiments de la fondation reconnue d'utilité publique. Parallèlement, il a fait une donation à Budapest en hommage à son pays natal. Il va inaugurer également le Vasarely Center à New York en 1978. Tout cela était motivé par l'idée de donner à voir au plus grand nombre.

C'est l'objectif d'une fondation reconnue d'utilité publique ?

P.V. : L'idée, c'était de construire cette fondation au milieu de tout le monde, au milieu de la cité pour que ce soit accessible au plus grand nombre. Et la fondation, encore aujourd'hui, a cette vocation d'accueillir tous les publics car on n'a pas besoin d'être initié à l'art pour comprendre l'œuvre de Vasarely : c'est la rétine qui parle, c'est l'œil qui fait l'amalgame avec les couleurs, les formes. Donc chacun le perçoit avec sa propre sensibilité. La fondation accueille énormément de médiation culturelle : pour les plus petits, pour les scolaires, pour les familles. Et puis elle accueille aussi des jeunes issus de milieux plus défavorisés avec la fondation Orange et l'École de la deuxième chance.

La fondation a vocation à faire tomber les barrières sociales ?

P.V. : Leur ouvrir les portes des musées qu'ils ne franchissent jamais, c'est assez facile avec cet art extrêmement accessible. J'ai assisté à des conférences où j'ai été enthousiasmé par la pertinence de leurs remarques. Quand ils repartent, ils ont un billet pour revenir avec leur famille. Ce qu'ils font pour la plupart. Il y a une pédagogie qui s'est opérée. Voilà, ce centre est un lieu de recherche et un lieu de rencontre avec cette notion d'éducation.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0205823600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Intérieur de la fondation Vasarely : *Alvéole 5* (à droite), *Our-MC* (à gauche) et *Kezdi* et *Gestalt* (au fond).

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0205823600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Que recouvre la définition d'une fondation d'utilité publique dont vous fêtez les 50 ans ?

P.V. : C'est une loi qui a été promulguée par Malraux, ministre de la Culture au milieu des années 60. L'idée était de permettre à des gens fortunés de pouvoir léguer une partie de leur fortune personnelle à un objet d'intérêt général. Il y a très peu de fondations de cette catégorie. La fondation Vasarely est la première à être monographique, c'est-à-dire qu'elle ne concerne qu'un seul artiste. Elle répond à l'objectif de pérenniser l'œuvre. Cela suppose d'avoir un patrimoine suffisamment important pour pouvoir subvenir à ses propres besoins car, en tant que structure privée, on doit pouvoir fonctionner sans subvention. Si nous en avons reçu pour la restauration du bâtiment (entre 2013 et 2019), nous ne sommes pas autorisés à recevoir des aides de l'État pour le fonctionnement de la fondation alors que nous faisons beaucoup en termes d'éducation.

Une fondation d'utilité publique présente-t-elle de grosses contraintes ?

P.V. : Cela fait partie des problèmes qui se posent avec les fondations reconnues d'utilité publique. Notamment les difficultés que vont rencontrer les administrateurs de la fondation au décès de mes grands-parents, à savoir que l'État n'avait pas forcément anticipé la succession de la fondation. C'est là que vont apparaître tout un tas de personnes qui essaieront de récupérer de l'argent ou des œuvres.

Mais la fondation n'avait-elle pas déjà eu des problèmes financiers du vivant de vos grands-parents ?

P.V. : C'est la version de Charles Debbasch, qui, depuis, a été condamné. Il y avait effectivement des déficits mais il les comblait en vendant ses œuvres. Au moment où l'on s'est rendu compte que mon grand-père souffrait de problèmes de santé, la question s'est posée de savoir qui devrait prendre la suite à la fondation. Même si mon père et mon oncle sont administrateurs de droit, aucun ne s'est senti de reprendre le flambeau. Une convention a été signée avec l'université d'Aix-Marseille car mon grand-père préférait que tout reste dans le giron public.

Vous êtes le légataire de la fondation ?

P.V. : Mon grand-père a fait de moi son légataire universel, il m'a institué détenteur du droit moral de son œuvre par testament en 1993. Mais il a fallu que je me batte contre mon père et mon oncle et aussi surtout contre leurs épouses à l'époque, pour faire valider ce testament. Cela consiste à faire respecter la loi. C'est-à-dire que si on utilise de façon barbare son travail, je suis en capacité de l'interdire. Si l'on veut aller à l'encontre de l'œuvre, j'ai la possibilité d'agir en justice, pour faire reconnaître la position de l'artiste.

Vous êtes également président de la fondation Vasarely.

P.V. : Je suis devenu président en 2009 après moult rebondissements. Je dois beaucoup à l'administrateur provisoire désigné par la justice qui pendant presque deux ans a remis à plat financièrement la fondation. Cela a permis de reconstituer une équipe, de faire des travaux de restauration du bâtiment et de mettre en place une politique culturelle.

Cet été, la fondation accueille une exposition en partenariat avec le centre Pompidou.

P.V. : C'est un partenariat imaginé avec le commissaire de l'exposition, Michel Gauthier, qui fait suite à la grande rétrospective Vasarely qui a eu lieu au centre Pompidou en 2019. Cela avait été un immense succès avec 400 000 visiteurs en trois mois. Cela a conforté ce projet de collaboration qui a lieu chaque année. La première exposition a eu lieu en 2019, la seconde en 2020 et celle-ci est la troisième qui s'appelle *Modernités cosmiques*. Elle va accueillir une vingtaine d'œuvres majeures du centre Pompidou, parfois jamais présentées, autour de cette thématique du cosmos. Il y aura quand même deux œuvres de Vasarely parce qu'il a été l'un des premiers à être influencé par l'infiniment grand et les planètes.

Considéré comme le père de l'art optique, Vasarely est aussi très représentatif d'un art populaire qui plaît toujours autant.

P.V. : Il y a eu des périodes où on a moins parlé de ce travail, mais c'est vrai qu'il est resté très influent tant dans l'architecture que l'urbanisme ou la musique. Par exemple, David Bowie, à l'occasion de ses premiers voyages à Paris, est allé rencontrer Vasarely dans son atelier. Et on le retrouve dans la mode et même la publicité avec le design du logo de Renault ou encore la façade de RTL rue Bayard à Paris.

Qu'est devenue cette façade depuis le déménagement du siège de RTL ?

P.V. : Reçue de RTL, la façade a été rapatriée chez nous car c'est une œuvre d'une grande contemporanéité. Elle est inaliénable mais nous profitons de cette interview pour lancer un message : nous recherchons effectivement un espace à Paris, sinon ailleurs.

Avec votre grand-père, Victor, et votre père, Jean-Pierre, dit Yvaral, artistes tous deux, vous n'avez pas été tenté de peindre ou sculpter ?

P.V. : Non, j'ai considéré très tôt, grâce à mon père, que j'étais un mauvais artiste. Pour l'anecdote, il m'avait envoyé « bouler » quand je lui ai offert un petit dessin pour son anniversaire, en m'expliquant que lui et son père essayaient de mettre de l'ordre dans l'art et que moi, ça n'était que désordre.•

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0205823600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

L'ECO AUSTRAL

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Mensuelle**
Audience : **55000**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Mai 2022 P.55**
Journalistes : **Alain Foulon**
Nombre de mots : **704**

La croissance du groupe Leal en mode turbo

Le groupe familial mauricien est présent à La Réunion depuis seize ans avec Apple et depuis huit ans avec BMW et Mini qui enregistrent une belle croissance. Avec la reprise des activités de Diageo s'y ajoute aujourd'hui une grosse croissance externe.

Par Alain Foulon – alainfoulon@ecoaustral.com

C'est un événement sur la scène économique réunionnaise : la reprise des activités de Diageo par Leal Réunion, ou plus exactement par la holding qui vient d'être créée et placée sous la direction de Philippe Alexandre Rebboah, en plus d'être en charge de l'automobile. Cette opération de croissance ressemble fort à celle réalisée en 2014 avec la reprise des cartes BMW et Mini. Le groupe Leal n'avait rien demandé, mais les Allemands recherchaient un nouveau concessionnaire, pour succéder au groupe réunionnais Caillé, à même d'investir substantiellement. Plusieurs candidats se sont déclarés, mais BMW a pensé à Leal parce qu'il est l'un des plus anciens représentants de la marque prestigieuse sur le continent africain et qu'il l'a particulièrement bien développée à Maurice.

Les Allemands étaient en confiance et cela avait du sens, Maurice ne se situant qu'à 45 minutes d'avion. Le groupe mauricien a accepté l'offre et a investi près de 10 millions d'euros dans un nouveau showroom à Saint-Denis, en attendant une extension de celui du sud de l'île. De quoi prendre des parts de marché et l'année 2021 a été historique pour Leal Réunion qui est devenu leader du segment premium avec 756 immatriculations devançant Audi (745) et Mercedes (422). Cela faisait 12 ans que BMW n'avait pas devancé son concurrent Audi. Au total, le concessionnaire a franchi pour la première fois la barre des 1 000 véhicules immatriculés sur une année civile avec 756 BMW et 282 Mini.

Photos : Guillaume Foulon

De g. à dr., Philippe Alexandre Rebboah, directeur général de Leal Holding Réunion, Conor Neiland, directeur général de Diageo Réunion et Eric Leal, CEO du groupe mauricien Leal, lors de l'annonce à la presse de la cession.

Daniel de Labauve d'Arifat, CEO de PNL, l'entité du groupe Leal qui représente déjà Diageo à Maurice, en plus de Castel et des Caves Nicolas.

Le groupe Leal n'est pas un nouveau venu sur le marché de La Réunion où il exploite depuis 2006 la carte Apple, leader avec quatre magasins à l'enseigne iShop et un cinquième qui doit ouvrir prochainement. Ce qui ne l'empêche pas d'être un représentant de Microsoft comme il l'est dans une quarantaine de pays africains, mais aussi en Nouvelle-Calédonie et en Polynésie français. En date du 30 juin 2022, à la clôture de son exercice financier, le groupe Leal aura réalisé plus de 40 % de son chiffre d'affaires à l'extérieur de Maurice. Avec la reprise de Diageo Réunion, ce sera encore plus puisque cette activité pèse 18 millions d'euros de chiffre d'affaires. Le leader mondial des spiritueux détient notamment la marque Johnnie Walker qui domine le marché réunionnais. Et si l'on ajoute la marque J&B, c'est une domination écrasante. Et le repreneur compte bien développer la large gamme des spiritueux de Diageo.

Comme dans le cas de BMW, Leal était déjà le représentant de Diageo à Maurice depuis sept ans, sauf que là, il a dû mettre la main à la poche pour reprendre les activités de Diageo Réunion. Un montant qui n'a pas été dévoilé. En tout cas, avec 84 millions d'euros de chiffre d'affaires pour le concessionnaire automobile Leal Réunion, 15 millions pour iShop, le revendeur Apple, et 18 millions pour l'ex-Diageo Réunion, on arrive à 117 millions d'euros. À rapprocher des 280 millions enregistrés par le groupe au 30 juin 2021.

À l'instar d'autres groupes mauriciens, comme IBL et CIEL, mais aussi de la Mauritius Commercial Bank (MCB), le développement à l'extérieur de Maurice représente un véritable relais de croissance pour Leal. D'autant plus que la crise de la covid-19 a profondément affecté l'économie mauricienne, même si l'on enregistre une nette reprise de l'activité touristique. Eric Leal, CEO du groupe, a pu le constater avec sa carte Europcar. Son plus grand souci aujourd'hui, à Maurice comme à La Réunion, c'est l'approvisionnement de ses concessions automobiles qui ont du mal à répondre à la demande. L'effet de la crise covid-19 et maintenant de la guerre en Ukraine.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6055923600503

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Académie des vins anciens

www.academiedesvinsanciens.org

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **841**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

28 Juin 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **1348**

Visualiser l'article

Académie des vins anciens

mardi, 28 juin 2022

Vins de la table 1

Clos Louloumet Haut Toulème E. Coste # 1950

Château Boiresse Graves Supérieures Sec Roger Lafoncourque 1959

Sancerre Millot 1966

Gigondas Réserve des Camériers Arnaud Berger probable rosé 1947

Cirnéa Corse Blanc Emmanuel Casabianca 1953

Bordeaux Supérieur Domaine De Perpignan Maurice Breton 1943

Château Chasse-Spleen Moulis Caves Nicolas 1947

Volnay Champy Père & Cie 1945

Corton Renardes Michel Gaunoux 1981

Rioja Martinez Lacuesta 1922

Vin d'oran Domaine Pierre de Romanet Picard Oran 13° non millésimé

Kemadja Grandes Caves Oranaises Vin rouge supérieur de Coteaux 1945

Royal Kebir Etablissement Frédéric Lung Alger 1945

Château Perreau Langoiran 1943

Monbazillac 1921

Grand vin de Banyuls Solera Hors d'age domaine Parcé vers années 70 ss A Cette entrée a été publiée dans académie des vins

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

anciens le 28 juin 2022 par François Audouze.

Navigation des articles

← Académie des Vins Anciens champagnes d'apéritifAcadémie des Vins anciens vins de la table 2 →

Fièrement propulsé par WordPress

CASTELNICOLAS2 - CISION 364549458

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

REVUE DE PRESSE NICOLAS

JUILLET

Omnicom Public Relations Group

CORPORATE

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Web FRA

LE FIGARO.fr vin

avis-vin.lefigaro.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **162800**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

1 Juillet 2022
Journalistes : **Thierry Masclot**
Nombre de mots : **3504**

Visualiser l'article

Les ambitions américaines du caviste Nicolas

Le réseau de cavistes, qui célèbre cette année son bicentenaire, s'apprête à se lancer dans l'aventure américaine. Embarquement dès début 2023 !

Enseigne du cavisteNicolas SDP

Que serait une saga sans rêve américain ? Celle du réseau de cavistes Nicolas, qui appartient au groupe Castel Frères depuis 1988, ne déroge pas à cet appel de l'Outre-atlantique. Résumons la marche des siècles à la hussarde. Siècle un, le XIXe : Louis Nicolas ouvre sa première boutique en 1822, rue Saint-Anne à Paris, pour vendre du vin en bouteille. Pas courant à l'époque. Siècle deux, le XXe : le petit Nicolas grandit vite et essaime quelques centaines de boutiques. Une mascotte, Nectar, un livreur aux 32 bouteilles dans les mains apparaît sous la plume de Dransy en 1922. Siècle trois, le nôtre : la marque célèbre son bicentenaire dans plus de 500 boutiques en France, dont 312 en Île-de-France et 170 à Paris. Fait-on une crise d'adolescence à 200 ans ? Qu'importe, c'est là que cette saga un brin franchouillarde prend l'accent de Jim Harrison...

En 2023, Nicolas vendra du vin aux États-Unis

Pour Nicolas, ce siècle sera américain ou... sera américain ! « *Nous sommes en discussion avec des candidats pour la franchise ou la master franchise, nous sommes plus précisément en phase de closing du dossier, à l'aube de la signature* » explique Christopher Hermelin, en charge de la communication et du marketing chez Nicolas. « *Le premier projet sera lancé début 2023 aux États-Unis, détaille-t-il, avec l'ouverture d'un corner Nicolas dans un aéroport. Nous avons aussi des projets digitaux dans l'e-commerce, un secteur qui est moins développé qu'on pourrait le penser aux États-Unis. Nous avons par ailleurs des discussions dans la zone Caraïbes et une amorce de discussion en Amérique du Sud. Nous avons mis en place un VP Sales basé à Miami avec pour mission de nous développer dans la région* ». Une sacrée révolution ! Car jusque-là, Nicolas le Frenchy, voire le Titi parisien, ne s'était risqué qu'à ouvrir quelques boutiques dans des pays limitrophes : 20 en Suisse, sept au Royaume-Uni, cinq en Belgique, 15 au Maroc, bientôt une deuxième en Espagne à Marbella, un en Roumanie...

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Pourquoi diable se lancer dans cette aventure aujourd'hui ?

« *Le marché français est à maturité depuis longtemps* explique Christopher Hermelin. *Et notre modèle est très urbain. Il y avait déjà 400 boutiques du temps d'Étienne Nicolas et aujourd'hui nous ne sommes qu'à un peu plus de 500... Avec 300 millions d'habitants, le marché des États-Unis est potentiellement plus grand que le nôtre. C'est un changement de culture chez Nicolas où peu de monde parle anglais, nous en sommes conscients, nous ne voulons pas transformer cette croissance en crise de croissance. C'est l'art de vivre à la française et l'image de marque Nicolas que nous allons vendre, le caviste emblématique parisien qui a 200 ans. C'est un chantier de plusieurs années. Le premier critère de réussite sera de réussir notre lancement, d'être accepté comme marque aux États-Unis où la notion de caviste n'existe pas* ». L'heure n'est pas encore à la vendange des résultats, mais plutôt à la mise en place d'une logistique complexe. Il est déjà certain que le millésime 2023 sera pour Nicolas un millésime historique.

CASTELNICOLAS2 - CISION 364664064

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

écran total

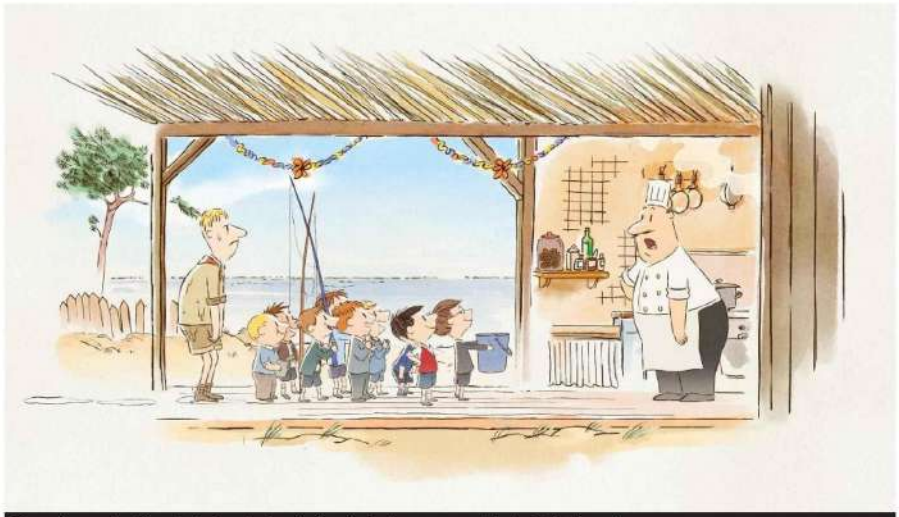
Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **30000**
Sujet du média : **Culture/Divertissement Cinéma,Jeux vidéos**

Edition : **Du 13 au 19 juillet 2022 P.14**
Journalistes : **Nicolas Colle**
Nombre de mots : **839**

Cinéma

"Le Petit Nicolas" poursuit sa tournée des festivals

Cannes, Annecy, La Baule … Le Petit Nicolas – Qu'est ce qu'on attend pour être heureux est désormais présenté à Pauillac. Les producteurs souhaitent faire connaître le film aux professionnels, aux exploitants et au public avant une sortie d'une grande ampleur prévue pour le 12 octobre.



Les scènes adaptées de la bande dessinée originale reprennent le trait de Sempé.

Après avoir été présenté en avant-première mondiale au Festival de Cannes où il a été accueilli très favorablement par les festivaliers au cours d'une projection en séance spéciale, *Le Petit Nicolas - Qu'est ce qu'on attend pour être heureux* a encore un peu plus affirmé sa notoriété au sein de l'industrie et auprès du public en remportant le Cristal du long métrage d'animation au dernier Festival d'Annecy. Le film d'Amandine Fredon et Benjamin Massoubre poursuit actuellement sa tournée des festivals d'été puisqu'il est présenté en compétition jeune public au Festival International du Cinéma de Pauillac.

Contrairement aux précédentes adaptations cinématographiques de Laurent Tirard et Julien Rappeneau, le film n'est pas seulement une plongée dans les aventures du petit garçon malicieux, mais surtout une exploration de la collaboration et de l'amitié des deux auteurs du célèbre personnage, le dessinateur Jean-Jacques Sempé et l'auteur René Goscinny. *"Le projet est né en 2014. Nous souhaitions faire un long métrage d'animation autour de l'univers du Petit Nicolas tout en rendant hommage à ses auteurs. À l'origine, nous souhaitions mélanger des images animées avec des images d'archives de l'INA. Puis nous avons opté pour un film entièrement animé. Après tout, comment mieux rendre hommage à ces deux créateurs qu'en utilisant leur medium favori pour raconter leur histoire"* explique Lilian Eche, coproducteur du film via sa société luxembourgeoise Bidibul Productions et déjà lauréat du Cristal du long métrage à Annecy en 2006 avec *Renaissance*, de Christian Volckman.

Deux univers visuels, deux directions artistiques

Afin de différencier les deux narrations, les réalisateurs ont décidé de créer deux univers visuels avec deux directions artistiques bien distinctes. Ainsi, les aventures du jeune écolier reprennent le trait original et minimaliste de la célèbre bande dessinée tandis que les scènes explorant la relation entre Sempé et Goscinny s'avèrent plus influencées par les œuvres que le dessinateur a publié dans le New Yorker. *"Nous sommes dans un style plus coloré qui nous permet d'explorer des genres cinématographiques différents, du western à la comédie musicale, s'enthousiasme Amandine Fredon. Nous avons pu travailler davantage la profondeur de champs, les ambiances, les ombres, les lumières et les mouvements de caméras pour concevoir un film de cinéma destiné au grand écran."*

Pour concevoir le récit autour du Petit Nicolas, les réalisateurs ont puisé dans les 222 histoires consacrées au jeune écolier et ont sélectionné huit d'entre elles. *"Le plus complexe était d'élaborer une histoire cohérente entre ces différentes scènes qui devaient également faire écho à la relation entre Sempé et Goscinny. Sur ce point là, nous avons bénéficié des témoignages d'Anne Goscinny qui nous a confié des détails sur la vie intime de son père"* témoigne la coréalisatrice.

Les scènes consacrées à la collaboration de Sempé et Goscinny évoquent les croquis plus colorés que le dessinateur a publié dans le New Yorker.

Une production répartie sur cinq territoires

Doté d'un budget de 8 M€, *Le Petit Nicolas - Qu'est ce qu'on attend pour être heureux* est produit par la société Onyx Films, gérée par Aton Soumache et intégrée au label ON Classics de Mediawan. Le film a reçu le soutien de Canal+ ainsi que du département Charentes et des régions Aquitaine, Hauts-de-France et de la Réunion. Charades est en charge des ventes internationales et Bac Films de la distribution dans les salles françaises. La préparation s'est effectuée durant deux années à Paris puis la conception de l'animation a principalement eu lieu au studio Shan Too, à Angoulême, puis au studio Gao Shan à La Réunion. La mise en couleur s'est déroulée au studio Train-Train à Lille tandis que toute la post-production a été conçue au Luxembourg.

La sortie française est programmée au 12 octobre sur 400 à 500 copies. L'idée du distributeur étant de bénéficier des vacances de la Toussaint et de s'inscrire dans la durée jusqu'aux fêtes de fin d'année. Si l'Afcae n'a pas encore labellisé le film, celui-ci a d'ores et déjà reçu le soutien du réseau Pathé. Le long métrage animé compte de nombreux partenaires prestigieux tels que l'enseigne vinicole Nicolas, qui a inspiré le prénom du personnage, ou Air France et le Musée Grévin, qui aideront à la communication autour de la sortie du film. *"Le Petit Nicolas fera son entrée au Musée Grevin à la rentrée. À cette occasion, toute visite au musée permettra de gagner une place pour une séance du film*, explique Lilian Eche. *Il y a beaucoup de choses à inventer autour de cette sortie. Nous pouvons toucher tous les publics, aussi bien les plus jeunes que les adultes, les familles et les cinéphiles tant le film recèle de plusieurs niveaux de lecture."*

Nicolas Colle

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6820043600524

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

E.T. UNE PUBLICATION ÉCRAN TOTAL

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **37865**
Sujet du média :
Communication-Médias-Internet

Edition : **13 juillet 2022 P.2-3**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **762**

Cinéma

"Le Petit Nicolas..." poursuit sa tournée des festivals

Après avoir été présenté en avant-première mondiale au Festival de Cannes où il a été accueilli très favorablement par les festivaliers au cours d'une projection en séance spéciale, *le Petit Nicolas – Qu'est ce qu'on attend pour être heureux ?* a encore un peu plus affirmé sa notoriété au sein de l'industrie et auprès du public en remportant le Cristal du long métrage d'animation au dernier Festival d'Annecy. Le film d'Amandine Fredon et Benjamin Massoubre poursuit actuellement sa tournée des festivals d'été puisqu'il est présenté en compétition jeune public au Festival international du cinéma de Pauillac.

Contrairement aux précédentes adaptations cinématographiques de Laurent Tirard et Julien Rappeneau, le film n'est pas seulement une plongée dans les aventures du petit garçon malicieux, mais surtout une exploration de la collaboration et de l'amitié des deux auteurs du célèbre personnage, le dessinateur Jean-Jacques Sempé et l'auteur René Goscinny. "*Le projet est né en 2014. Nous souhaitions faire un long métrage d'animation autour de l'univers du* Petit Nicolas *tout en rendant hommage à ses auteurs. A l'origine, nous souhaitions mélanger des images animées avec des images d'archives de l'INA. Puis nous avons opté pour un film entièrement animé. Après tout, comment mieux rendre hommage à ces deux créateurs qu'en utilisant leur medium favori pour raconter leur histoire*", explique Lilian Eche, coproducteur du film avec sa société luxembourgeoise Bidibul Productions et déjà lauréat du Cristal du long métrage à Annecy en 2006 avec *Renaissance*, de Christian Volckman.

Deux univers visuels, deux directions artistiques

Afin de différencier les deux narrations, les réalisateurs ont décidé de créer deux univers visuels avec deux directions artistiques bien distinctes. Ainsi, les aventures du jeune écolier reprennent le trait original et minimaliste de la célèbre bande dessinée tandis que les scènes explorant la relation entre Sempé et Goscinny s'avèrent plus influencées par les œuvres que le dessinateur a publié dans le *New Yorker*.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

"*Nous sommes dans un style plus coloré qui nous permet d'explorer des genres cinématographiques différents, du western à la comédie musicale*, s'enthousiasme Amandine Fredon. *Nous avons pu travailler davantage la profondeur de champs, les ambiances, les ombres, les lumières et les mouvements de caméras pour concevoir un film de cinéma destiné au grand écran.*"

Pour concevoir le récit autour du Petit Nicolas, les réalisateurs ont puisé dans les 222 histoires consacrées au jeune écolier et ont sélectionné huit d'entre elles. "*Le plus complexe était d'élaborer une histoire cohérente entre ces différentes scènes qui devaient également faire écho à la relation entre Sempé et Goscinny. Sur ce point là, nous avons bénéficié des témoignages d'Anne Goscinny qui nous a confié des détails sur la vie intime de son père*", témoigne la coréalisatrice.

Une production répartie sur cinq territoires

Doté d'un budget de 8 M€, *le Petit Nicolas – Qu'est ce qu'on attend pour être heureux ?* est produit par la société Onyx Films, gérée par Aton Soumache et intégrée au label ON Classics de Mediawan. Le film a reçu le soutien de Canal+ ainsi que du département Charentes et des régions Aquitaine, Hauts-de-France et de La Réunion. Charades est en charge des ventes internationales et Bac Films de la distribution dans les salles françaises. La préparation s'est effectuée durant deux années à Paris puis la conception de l'animation a principalement eu lieu au studio Shan Too, à Angoulême, puis au studio Gao Shan à La Réunion. La mise en couleur s'est déroulée au studio Train-Train à Lille tandis que toute la postproduction a été conçue au Luxembourg.

La sortie française est programmée au 12 octobre sur 400 à 500 copies. L'idée du distributeur étant de bénéficier des vacances de la Toussaint et de s'inscrire dans la durée jusqu'aux fêtes de fin d'année. Si l'Afcae (Association française des cinémas d'art et d'essai) n'a pas encore labellisé le film, ce dernier a d'ores et déjà reçu le soutien du réseau Pathé. Le long métrage animé compte de nombreux partenaires prestigieux tels que l'enseigne vinicole Nicolas, qui a inspiré le prénom du personnage, ou Air France et le musée Grévin, qui aideront à la communication autour de la sortie du film. "Le Petit Nicolas *fera son entrée au musée Grévin à la rentrée. A cette occasion, toute visite au musée permettra de gagner une place pour une séance du film*, explique Lilian Eche. *Il y a beaucoup de choses à inventer autour de cette sortie. Nous pouvons toucher tous les publics, aussi bien les plus jeunes que les adultes, les familles et les cinéphiles tant le film recèle de plusieurs niveaux de lecture.*"

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5474243600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

RÉPUBLIK RETAIL LE MÉDIA

www.republik-retail.fr

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **3584**
Sujet du média : **Economie - Services, Industrie**

21 Juillet 2022
Journalistes : **Clotilde Chenevoy**
Nombre de mots : **6018**

Visualiser l'article

Services, bière et international, le cocktail de croissance du caviste Nicolas

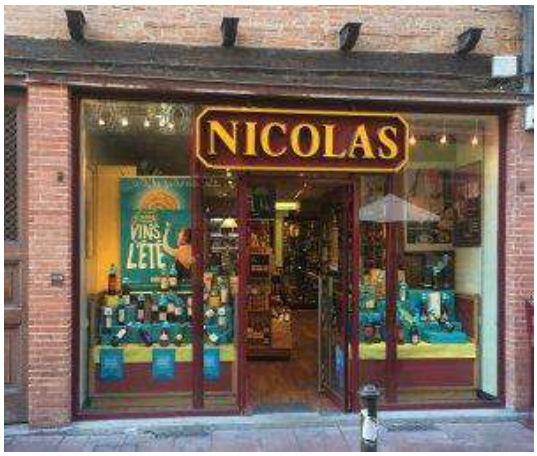
L'enseigne Nicolas célèbre en 2022 ses 200 ans d'existence. Sa feuille de route s'annonce chargée pour les années à venir avec son concept autour de la bière, la valorisation des services et un développement à l'international.

Nicolas a proposé dès 1840 de livrer ses clients à leur domicile. - © Nicolas

En 1822, Louis Nicolas ouvre sa première boutique rue Sainte-Anne, à Paris. En 1840, il invente la livraison de vin à domicile. Et en 1922, il se dote d'une mascotte, Nectar, livreur aux 32 bouteilles, qui sera repris et réinterprété par de nombreux artistes dans le futur. Sur bien des points, l'enseigne spécialisée dans le vin et les spiritueux a innové depuis sa création.

200 ans plus tard, l'enseigne a su conquérir les caves des Français, et aussi des Suisses, des Belges, des Espagnols, des Roumains, des Marocains et des Libanais. *« Nicolas réalise un chiffre d'affaires de 300 millions d'euros, avec 570 points de vente dans le monde dont 506 en France »* , détaille Christopher Hermelin, directeur communication et marketing au sein de l'enseigne. Sur le dernier, elle a enregistré sur l'Hexagone une croissance de 20 %. Le caviste a pu rester ouvert pendant les confinements et les gens étaient plutôt avides de pouvoir sortir pour des achats et des conseils...

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



Nicolas dispose d'un réseau de 570 points de vente, dont 506 en France. - © Nicolas

Et si Nicolas était connu il y a 25 ans pour ses récoltes et ses petits prix, la typologie des ventes a quelque peu évolué. Ainsi, le caviste vend moins, mais mieux. *« Il y a un phénomène de montée en gamme et on est davantage sur la bonne bouteille à partager »* , analyse le directeur.

Le point de vente plébiscité pour les conseils

Du côté du canal de vente, le magasin reste le lieu de vente privilégié, même si les ventes en ligne ont été multipliées par trois sur les trois dernières années. « *Pendant le confinement, les ventes en ligne ont explosé et l'enseigne a réalisé un chiffre d'affaires équivalent à celui de Noël,* indique Christopher Hermelin. *Mais même si nous gérons nous même notre logistique, c'est un produit lourd avec des frais incompressibles. In fine, l'omnicanalité existe mais elle porte sur la recherche d'informations. Le site enregistre plus de 4 millions de visiteurs uniques à l'année. Environ 90 % viennent chercher des informations sur les produits et le magasin et nous avons environ 40 000 acheteurs en ligne, majoritairement pour des cadeaux. »*

Le vin reste un produit où les gens cherchent du conseil. Les équipes de Nicolas sont formées en permanence sur le sujet pour pouvoir répondre aux attentes des clients. Le retailer dispose d'un laboratoire d'oenologie dans lequel tous les vins sont testés et notés afin d'alimenter le réseau en information. Deux fois par an, un showroom est aussi organisé pour que tous les employés puissent découvrir les nouveautés.

Cette organisation vient renforcer le rôle d'expert de l'enseigne et également son positionnement d'hyperproximité, *« les gens ne stockent plus comme il y a 20 à 50 ans »,* souligne le directeur. L'enseigne entend miser sur le digital pour apporter des services. Ainsi, d'ici la fin de l'année, tout le réseau sera équipé en click and collect. Le service informatique travaille actuellement sur un outil de vision des stocks, le retailer s'appuyant sur des solutions IT développées en interne.

La bière, nouvel axe de croissance en France

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Nicolas veut se développer sur la bière avec un nouveau concept et des corners Craft beers & Cie. - © Nicolas

En termes de développement, Christopher Hermelin annonce être à maturité en France avec plus de 500 points de vente. La croissance de l'enseigne passera par l'international. *« Nous venons d'ouvrir la Roumanie et l'Espagne et nous nous renforçons en Angleterre,* détaille-t-il. *Nous ciblons prochainement l'Amérique du Nord et nous voulons ouvrir en jouant à fond la culture française. »*

Parallèlement, la PME souhaite aussi se développer sur une autre catégorie : la bière. Il y a trois ans, elle a ouvert le concept Craft Beer & Cie, qui fait la part belle aux artisans locaux avec des petites séries et des produits locaux. *« Nous avons ouvert 4 magasins pour le moment mais nous avons de véritable ambition avec ce concept »,* certifie le directeur. Historiquement, Nicolas n'est pas légitime sur cette catégorie et l'enseigne compte bien dupliquer ce qui a fait le succès historique du caviste dans le vin avec des conseils, une sélection pointue et même des dégustations, entre autres de sa propre bière qu'il brasse.

Avec Craft Beer & Cie, le retailer cible les 25-40 ans et assure vouloir être plus créatif car la bière est moins statutaire que le vin. Par ailleurs, avec une bouteille qui coûte entre 2 à 7 euros, il convient en effet de trouver le bon modèle économique pour s'assurer de sa rentabilité du concept. Une autre piste de développement consiste également à créer des corners au sein des points de vente Nicolas *« pour légitimer cette catégorie chez nous »* , pointe le directeur.

L'inflation tasse les ventes

Pour une enseigne bicentenaire, Nicolas affiche un bilan et des perspectives réjouissantes. L'ombre de l'inflation vient en revanche ternir le tableau. Le secteur des vins et champagnes fait face à une pénurie de matières premières. Les récoltes n'ont pas été bonnes et certains vignerons se retrouvent en manque de bouteilles en verre. *« Il y a un tassement* , reconnaît le directeur, *mais moins important que dans la grande distribution. »* Les prévisions tablent sur une inflation autour de 10 %. Les prix à la consommation ont augmenté en juin de 5,8 % selon l'INSEE. Reste à voir sur le second semestre quels arbitrages les Français feront dans leur consommation...

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

le film français

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **92164**
Sujet du média : **Culture/Divertissement Cinéma,Jeux vidéos**

Edition : **29 juillet 2022 P.13**
Journalistes : **Sylvain Devarieux**
Nombre de mots : **366**

LE ZOOM DE LA SEMAINE

Les vieux contre-attaquent

Le 17 août, Apollo Films accompagne en salle, pour le compte d'Orange Studio, *Les vieux fourneaux 2 : Bons pour l'asile* de Christophe Duthuron. Cette suite, du même réalisateur, concentre beaucoup d'attention après la surprise créée par le premier opus à l'été 2018 (940 000 entrées cumulées). Elle retrouve une partie du casting originel (Pierre Richard, Eddy Mitchell et Alice Pol, accompagnés ici par Bernard Le Coq), pour une nouvelle adaptation, coproduite par Radar Films et Égerie Productions, de la bédé de Lupano et Cauuet (éd. Dargaud, 2 millions d'exemplaires vendus en 6 tomes). Le distributeur positionne le film comme une comédie familiale, identifiant un cœur de cible composé des fans de la bédé et d'une majorité de plus de 50 ans, en élargissant vers la cible familiale. La combinaison investira 500 à 550 écrans en sortie nationale, en profondeur sur tous types d'exploitation. La promotion compte pour partenaires média *Ouest France*, *Télé-Loisirs*, France TV et MyTF1, et s'appuie aussi sur plusieurs opérations hors-média pour toucher les lecteurs de la bédé, avec des activations dans les librairies Canal BD et les Maisons de la presse (affiches cobrandées, écrans, calendrier, jeu-concours…), et des corners cobrandés avec Dargaud en librairies. Sans oublier une opération avec les cavistes Nicolas (505 points de vente), avec contenus dédiés en boutique. Un important volet salle est en place, avec une vague de BA à S-4 et une campagne Access Dynamic sur trois semaines (S-4, S-3 et S-1), renforcés par 900 totems en place depuis la Fête du Cinéma et des préventifs chez UGC. Une journée d'avant-premières est prévue le 15 août dans 250 à 300 cinémas. La promotion digitale, outre les partenariats avec MyTF1 et *Télé-Loisirs*, s'appuie sur une vaste campagne sur les sites des journaux de PQR (69 sites et 43 applis), et un travail avec l'agence Okarina pour le CM et les e-RP. Enfin, un plan d'affichage national mobilisera 580 écrans DOOH en gares pour le chassé-croisé vacancier du 29 au 31 juillet, suivis d'une vague de 2 300 faces de 8 m² à S-1. ❖

Sylvain Devarieux

© MARIE-CAMILLE ORLANDO/RADAR FILMS-EGERIE PROD-FRANCE 3 CINÉMA-ORANGE STUDIO

Les vieux fourneaux 2 : bons pour l'asile de Christophe Duthuron.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7738643600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

FAV

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

Rayon Boissons

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Mensuelle**
Audience : **33325**
Sujet du média :
Agroalimentaire-Agriculture
Economie-Services

Edition : **Juillet - aout 2022 P.19-32**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **1912**

Cahier spécial

La sélection des meilleurs vins à moins de 10 euros

Retrouvez les coups de cœur exclusifs de la rédaction et des distributeurs

Le guide pratique de la sélection

● Vin blanc ● Vin rosé ● Vin rouge
* Bon rapport qualité-prix ** Très bon rapport qualité-prix
*** Excellent rapport qualité-prix

AB : vins issus de l'agriculture biologique
HVE : haute valeur environnementale
SSA : sans sulfites ajoutés

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Foires aux vins 2022

Le coup de cœur de Renaud Guerre-Genton,
permanent chef de groupe vins de Système U

Château d'Ornaisons, corbières 2018, 5,50 €
« Tout y est : la finesse, le corps, le fruit, l'équilibre… C'est une super découverte, certifiée bio et présentant un excellent rapport qualité-prix. »

Système U du 27 septembre au 8 octobre 2022

Couleur	Région	Appellation	Château	Millésime	Label	Prix	Etoiles
●	Bourgogne	Mâcon-milly-lamartine	Domaine Maurice Lapalus & Fils	2021		8,95 €	***
●	Languedoc	Saint-chinian	Terrasses de Mayline	2021	HVE	3,50 €	**
●	Sud-Ouest	Vin de France	Gare au Gorille			5,95 €	**
●	Val de Loire	Anjou	Cep by Cep	2021	AB	5,50 €	***
●	Corse	Corse	Domaine Vico	2021	AB	6,50 €	**
●	Beaujolais	Régnié	Domaine David Méziat	2019	HVE	6,30 €	**
●	Beaujolais	Saint-amour	Domaine Christophe Lapierre	2020	HVE	6,95 €	***
●	Bordeaux	Castillon-côtes-de-bordeaux	Château de l'Estang	2018	HVE	2,95 €	***
●	Bordeaux	Haut-médoc	Château Muret	2015		7,50 €	***
●	Bordeaux	Saint-estèphe	Château Coutelin-Merville	2007		9,95 €	**
●	Languedoc-Roussillon	Corbières	Château d'Ornaisons	2018	AB	5,50 €	*
●	Languedoc-Roussillon	Corbières-boutenac	Domaine Georges Bertrand	2020		8,99 €	***
●	Languedoc-Roussillon	Côtes-du-roussillon-villages-tautavel	Domaine Gérard Bertrand	2020		5,50 €	***
●	Languedoc-Roussillon	Fitou	Domaine Lerys	2021	AB	5,50 €	***
●	Provence	Bandol	Château Barthès by Barthès	2019		8,50 €	***
●	Savoie	Arbin-mondeuse	Domaine Fabien Trousset	2021	HVE	7,95 €	***
●	Sud-Ouest	Gaillac	Château La Tour Olivier	2020	AB	4,30 €	***
●	Sud-Ouest	Vin de France	Gare au Gorille			5,95 €	**
●	Val de Loire	Anjou	Cep by Cep	2021	AB	5,50 €	***
●	Vallée du Rhône	Cairanne	Domaine de la Présidente	2020	HVE	5,95 €	***
●	Vallée du Rhône	Côtes-du-rhône	Famille Jaume	2020	AB	5,95 €	***
●	**Italie**	**Toscana**	**Gran Passaia**	**2020**		**6,99 €**	***

Le préféré de Frédéric Guyard
Gran Passaia, toscana 2020, 6,99 €
« Une vraie découverte pour qui veut voyager de l'autre côté des Alpes. Fruits rouges et noirs s'expriment avec beaucoup d'élégance, portés par une matière fine et délicate. »

Le coup de cœur de Roger Anthony,
acheteur vins et alcools d'Aldi France

Le secret de Marlène – Cuvée Prestige, entre-deux-mers 2020, 3,95 €
« Cette cuvée s'ouvre sur des arômes de fleurs blanches, d'agrumes, de buis et de rhubarbe. La bouche est marquée par des saveurs fruitées et de fines notes vanillées et boisées. Un bel équilibre entre douceur et fraîcheur. »

Aldi à partir du 6 septembre 2022

Couleur	Région	Appellation	Château	Millésime	Label	Prix	Etoiles
●	Bordeaux	Entre-deux-mers	Le Secret de Marlène cuvée prestige		HVE	3,95 €	***
●	Vallée du Rhône	IGP collines-rhodanniennes	Marsanne Parcelles d'Emotion			3,99 €	**
●	Bordeaux	Graves-de-vayres	Château Cantelaudette			6,99 €	**
●	**Languedoc-Roussillon**	**Saint-chinian-roquebrun**	**Les Granges du Bosc**			**6,99 €**	***

Le préféré d'Yves Denjean
Les Granges du Bosc, saint-chinian-roquebrun 2020 , 6,99 €
« Habitué des foires aux vins d'Aldi, ce vin représente à merveille le terroir de schistes de ce village languedocien. Lequel lui confie fraîcheur et souplesse avec des arômes de fruits noirs. Un grand classique ! »

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le préféré de Frédéric Guyard

Domaine du Bouchat, saint-bris 2020, 6,99 €
« Unique appellation bourguignonne en blanc issue de sauvignon, saint-bris exprime ici tout son potentiel. A savoir une riche palette aromatique qui tend vers les fruits blancs et la pêche. »

Lidl à partir du 7 septembre 2022

Couleur	Région	Appellation	Château	Millésime	Label	Prix	Etoiles
●	Alsace	Alsace-riesling	Camille Meyer	2021	HVE	3,69 €	*
●	Bourgogne	Bourgogne	Domaine des Bernoux	2020	HVE	8,99 €	*
●	**Bourgogne**	**Saint-bris**	**Domaine du Bouchat**	**2021**	**HVE**	**6,99 €**	***
●	Val de Loire	Montlouis-sur-loire	Fleurs Minérales	2021		7,59 €	**
●	Bordeaux	Fronsac	Château La Justice	2020	AB	9,99 €	***
●	Bordeaux	Graves	Château de Carolle	2018	HVE	7,49 €	**
●	Languedoc-Roussillon	Corbières	Domaine Py	2020	AB	5,99 €	***
●	Languedoc-Roussillon	Pic-saint-loup	Mas du Greffier	2021		7,49 €	*
●	Val de Loire	Saumur-champigny	Domaine du Val Hulin	2020	HVE	8,49 €	***
●	Vallée du Rhône	Lirac	La Sélection du Baron	2020		7,99 €	**
●	Vallée du Rhône	Ventoux	Les Hauts de Bacchus de Bernard Magrez	2021	AB	5,49 €	*

Le coup de cœur de Johan Boluda,
responsable du pôle liquides de Lidl

La Sélection du Baron, lirac 2020, 7,99 €
« Ce cru de la vallée du Rhône est ample, riche et long en bouche. Il possède un bel équilibre et offre une sensation de fraîcheur en finale. »

Le coup de cœur d'Emmanuel Gabriot,
responsable de marché liquides de Monoprix

Clos du milieu du domaine Luneau-Papin, muscadet-sèvre-et-maine 2021, 9,90 €
« Une cuvée emblématique du renouveau du muscadet auquel elle redonne toutes ses lettres de noblesse. Cette bouteille est à l'image des vins de Loire qui deviennent incontournables en termes de rapport prix-plaisir. »

Monoprix du 16 septembre au 2 octobre 2022

Couleur	Région	Appellation	Château	Millésime	Label	Prix	Etoiles
●	Bourgogne	Bourgogne-chardonnay	Domaine Champ-Fleury	2021		6,95 €	**
●	France	pétillant naturel	Le Spontané	NM	AB	9,99 €	*
●	Languedoc-Roussillon	Picpoul-de-pinet	Hecht & Bannier	2021	AB	8,50 €	**
●	Sud-Ouest	Saint-mont	Cépages rares	2018		6,90 €	**
●	Val de Loire	Muscadet-sèvre-et-maine	Domaine Luneau-Papin Clos du milieu	2021	AB	9,90 €	*
●	Autriche	Autriche	Vision Markus Huber grüner veltiner	2021	AB	8,50 €	*
●	Beaujolais	Côteaux-du-lyonnais	Louis Tête gamay vieilles vignes	2021		7,50 €	**
●	Beaujolais	Juliénas	Domaine Bergeron	2021		9,90 €	**
●	Beaujolais	Vin de France	Dominique Piron Coq Léon	2020		6,90 €	**
●	Languedoc-Roussillon	IGP côtes-catalanes	Les Hauts de Janeil syrah-grenache	2021		6,90 €	**
●	Provence	IGP méditérannée	Domaine des masques Inédit	2021	AB	9,90 €	*
●	**Val de Loire**	**Côtes-d'auvergne**	**L'impromptu**	**2021**		**8,90 €**	***
●	Vallée du Rhône	Côtes-du-rhône	De natura rerum Dauvergne-Ranvier	2021	AB	7,20 €	**
●	Italie	Piémont	Dezzani Otto Bucce	2019		7,50 €	***

Le préféré de Chloé Queffeulou

L'impromptu, côtes-d'auvergne 2021, 8,90 €
« Cette cuvée est une jolie ambassadrice des vins volcaniques à découvrir. Elle se caractérise par un gamay fruité assorti d'une salinité et de fines épices en finale qui lui apportent une certaine complexité. »

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le préféré d'Yves Denjean

Merlot by Hubert de Boüard, bordeaux 2018, 8,50 €

« Ce bordeaux atypique se caractérise par de belles notes de fruits rouges mêlées à quelques arômes de violette. Sa structure est fraîche, aux tanins soyeux dotée d'un bel équilibre en bouche. Un merlot tout en élégance. »

Carrefour du 27 septembre au 23 octobre 2022

Couleur	Région	Appellation	Château	Millésime	Label	Prix	Etoiles
●	Bordeaux	Blaye-côtes-de-bordeaux	Montfollet Le Valentin[1]	2021		5,95 €	**
●	Sud-Ouest	Monbazillac	Domaine de Maurillac[2]	2020	AB	6,95 €	***
●	Languedoc-Roussillon	Côtes-du-roussillon	Mas Amiel Le Plaisir[2]	2021	AB	7,95 €	**
●	Provence	Côtes-de-provence	Camille[1]	2021	HVE	7,95 €	**
●	Beaujolais	Moulin-à-vent	Mommessin Domaine de Champ de Cour[1]	2019		8,95 €	**
●	**Bordeaux**	**Bordeaux**	**Merlot by Hubert de Boüard[3]**	**2018**	**HVE**	**8,50 €**	***
●	Languedoc-Roussillon	Corbières	Domaine Georges Bertrand[3]	2020		5,95 €	***
●	Languedoc-Roussillon	Corbières-boutenac	Château Ollieux Romanis cuvée Aristide	2020	AB	9,10 €	**
●	Languedoc-Roussillon	Faugères	Mas Olivier[1]	2021		3,95 €	**
●	Languedoc-Roussillon	Saint-chinian-roquebrun	Terrasses de Maynard[3]	2020		7,15 €	***
●	Sud-Ouest	Vin de France	L'Ours Mal Léché Esprit Sauvage[2]	nc		5,95 €	**
●	Sud-Ouest	Fronton	Château Baudare[3]	2016	HVE	4,99 €	**
●	Vallée du Rhône	Vin de France	Bad Boy[2]	2020		5,95 €	**
●	Vallée du Rhône	Côtes-du-rhône	Xavier Vignon[1]	2020		7,95 €	**
●	Vallée du Rhône	Côtes-du-rhône-villages-suze-la-rousse	Pierre Vidal Ephéméris[2]	2020	AB	5,95 €	**

[1] Hypers + Market - [2] Hypers - [3] Market

Le coup de cœur de Jean-Philippe Limito,

directeur marchandises de Maison Johanès Boubée, la filiale vins de Carrefour

Château Ollieux Romanis cuvée Aristide, corbières-boutenac 2020, 9,10 €

« J'adore ses arômes de moka, d'épices et de garrigue. Ce vin allie une belle concentration et de la fraîcheur. De plus, on peut aussi bien le boire maintenant que le garder. »

Le coup de cœur d'Olivier Merlevède,

chef de groupe vins d'Auchan

Seul au monde, pic-saint-loup 2020, 7,50 €

« Avec ses notes de fruits rouges et de garrigues, c'est un vin qui a de la personnalité et qui vous fait voyager. J'aime sa complexité, sa finesse, sa fraîcheur et sa longueur. Une très belle découverte. »

Auchan du 6 au 25 septembre 2022 en supers et du 27 septembre au 11 octobre en hyper et en drive

Couleur	Région	Appellation	Château	Millésime	Label	Prix	Etoiles
●	Alsace	Alsace-riesling	Coteaux du Haut Koenigsbourg	2020		6,50 €	**
●	Provence	Côtes-de-provence	Château Peigros Cuvée Mlle Lola	2021	AB	8,99 €	**
●	Sud-Ouest	IGP côtes-de-gascogne	Domaine de Picardon	2021		3,59 €	**
●	Bordeaux	Saint-georges-saint-émilion	Château Bellone	2020		7,95 €	*
●	Languedoc-Roussillon	Pic-saint-loup	Seul au Monde	2020		7,50 €	**
●	Sud-Ouest	Marcillac	Les Burons	2020		5,90 €	***
●	Val de Loire	Chinon	Coud'raisins	2021		6,50 €	*
●	**Val de Loire**	**Chinon**	**Domaine de la Perrière vieilles vignes**	**2020**		**9,90 €**	***

Le préféré d'Yves Denjean

Domaine de la Perrière vieilles vignes, chinon 2020, 9,90 €

« Ce chinon se caractérise par une robe profonde et un nez de fruits noirs. En bouche, la structure est ronde, ample d'une belle longueur avec des tanins fins signe d'une belle maturité. »

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9033243600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le coup de cœur de Céline Lacarrère,
manager marchandises vins de Casino

Château Bouscassé Les Jardins, pacherenc-du-vic-bilh 2018, 9,95 €
« C'est ma région coup de cœur. C'est un blanc sec avec des arômes de poire, de fruits blancs et exotiques. Il peut se boire à n'importe quelle occasion que ce soit à l'apéritif, sur un foie gras ou sur un saumon fumé. »

Casino et Géant Casino du 26 août au 11 septembre 2022

Couleur	Région	Appellation	Château	Millésime	Label	Prix	Etoiles
●	Languedoc-Roussillon	Vin de France	Signature Chef Paul Pairet[1]	2021		9,95 €	**
●	Sud-Ouest	Pacherenc-du-vic-bihl	Château Bouscassé Les Jardins[1]	2018		9,95 €	***
●	Sud-Ouest	Vin de France	Caü-ha-pé L'envolée[1]	2020		5,90 €	**
●	Val de Loire	Muscadet-le-pallet	Palatio[1]	2016		7,10 €	**
●	Vallée du Rhône	Duché-d'uzès	Famille Montescaud[1]	2021		5,50 €	**
●	**Bordeaux**	**Bordeaux**	**La danse Lunaire (1)**	**2019**	**Biodynamie**	**5,50 €**	***
●	Bordeaux	Côtes-de-bourg	Château Haut Rousset[1]	2020	AB	6,50 €	**
●	Corse	Porto-vecchio	Domaine Torracia Cuvée Nivatoli[1]	2018	AB	8,50 €	**
●	Languedoc-Roussillon	Côtes-du-roussillon-villages	Mas Amiel Le Plaisir[1]	2019	AB	9,95 €	***
●	Val de Loire	Saumur-puy-notre-dame	Les Petites Roches[1]	2018	HVE	5,99 €	**
●	Vallée du Rhône	Cairanne	Domaine La Combe de Pauline[1]	2019		4,90 €	***

[1] Hypers + supers

Le préféré de Chloé Queffeulou
La danse lunaire, bordeaux 2019, 5,50 €
« La nouvelle génération de bordeaux fait plaisir à boire. Sur la fraîcheur et le fruit, grande buvabilité, pour l'apéritif ou un repas : ce vin en biodynamie offre un rapport qualité-prix imbattable. »

Le coup de cœur de Patrick Hourdeau,
directeur de la cave Vimaco

Château Capitoul cuvée Oros 1324, la clape 2020, 9,99 €
« Cette cuvée est intéressante par sa structure, sa puissance, sa finesse. Un vin blanc consensuel qui possède un très bon rapport qualité-prix. »

Match du 8 au 25 septembre 2022

Couleur	Région	Appellation	Château	Millésime	Label	Prix	Etoiles
●	Alsace	Alsace - pinot gris	Jean Geiler	2019		5,99 €	**
●	Alsace	Alsace - gewurztraminer	Château de Riquewihr Les Sorcières	2019		9,99 €	*
●	Languedoc-Roussillon	La-clape	Château Capitoul cuvée Oros 1324	2020	HVE	9,99 €	*
●	Val de Loire	Reuilly	Domaine du Chêne Vert	2021		8,90 €	**
●	Val de Loire	Touraine-chenonceaux	Le Cerf blanc	2019		5,99 €	***
●	Vallée du Rhône	Vacqueyras	Les Roches des Dentelles	2020	AB	8,99 €	***
●	Bordeaux	Sainte-foy-côtes-de-bordeaux	Château Baby	2019		4,49 €	**
●	Bordeaux	Fronsac	Château La Justice	2019		8,49 €	*
●	**Languedoc-Roussillon**	**Terrasses-du-larzac**	**Songes de la Nuit**	**2017**		**8,50 €**	***
●	Sud-Ouest	Fronton	Le Chant du Côt à la Negrette	2020		4,99 €	*
●	Val de Loire	Touraine-chenonceaux	Le Cerf blanc	2019		5,99 €	**
●	Vallée du Rhône	Duché-d'uzès	Domaine Villessèche	2021	HVE	4,25 €	**

Le préféré de Chloé Queffeulou
Songes de la Nuit, terrasses-du-larzac 2017, 8,50 €
« Ce rouge devrait mettre tout le monde d'accord. Une belle matière, de la rondeur et de la structure que des notes d'eucalyptus et de menthe viennent équilibrer. »

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9033243600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le préféré d'Yves Denjean

Château Beaubois, costières-de-nîmes blanc 2021, 7,50 €

« Situé sur le terroir de la Petite Camargue, ce blanc produit en biodynamie présente une belle fraîcheur en bouche avec des arômes d'agrumes et d'ananas. Une belle découverte à déguster à l'apéritif. »

Biocoop du 19 septembre au 3 octobre 2022

Couleur	Région	Appellation	Château	Millésime	Label	Prix	Etoiles
●	Vallée du Rhône	Costières-de-nîmes	Château Beaubois	2021	Biodynamie	7,50 €	***
●	Vallée du Rhône	Côtes-du-rhône	Elefantaisie	2021	AB/SSA	6,80 €	**
●	Vallée du Rhône	Cairanne	L'Élégante	2020	Biodynamie	8,50 €	***
●	Italie	IGT primitivo	Ruminat Olearia V. Orsogna	2021	AB	7,95 €	**

Le coup de cœur de Pierre Trieau,

acheteur vins chez Biocoop

L'Élégante - cairanne 2020, 8,50 €

« Ce cairanne porte bien son nom : il est bien construit avec de la matière mais aussi une belle fraîcheur pour un résultat tout en élégance. Une main de fer dans un gant de velours ! »

Le coup de cœur de Paula Segura-Costa,

directrice food & beverage de Veepee.

Sous l'Océan - syrah, IGP pays-d'oc 2020, 6,90 €

« Cette syrah possède un très bon rapport qualité prix et j'apprécie aussi son côté responsable. 5% des revenus de cette cuvée sont en effet reversés à l'association Sea Shepherd pour la prévention des océans. »

Veepee du 1er au 23 septembre 2022

Couleur	Région	Appellation	Château	Millésime	Label	Prix	Etoiles
●	Val de Loire	Reuilly	Cécile Lebrun	2020		8,90 €	**
●	Bordeaux	Médoc	Château du Perier	2016		6,65 €	**
●	Languedoc-Roussillon	IGP pays-d'oc	Sous l'Océan Syrah	2020	AB	6,90 €	**
●	USA	Californie Zinfandel	Boutinot Showdown	2019		6,60 €	***

Le préféré de Chloé Queffeulou

Boutinot Showdown, california zinfandel 2019, 6,60 €

« Puissance, rondeur voire une légère sucrosité sont ici très bien équilibrées et donnent une cuvée qui cochent toutes les cases du vin plaisir. »

Le coup de cœur de Benoit Moulinier,

chef de marché Liquides et DPH de Netto

Domaine des Sonnets Audace, bourgueil 2020, 3,99€

« C'est une de mes régions de cœur et j'apprécie cette appellation. La référence a été bien notée par les œnologues et possède un très bon rapport qualité-prix. »

Netto du 1er au 19 septembre 2022

Couleur	Région	Appellation	Château	Millésime	Label	Prix	Etoiles
●	Bourgogne	Bourgogne-aligoté	Maurice Lapalus & Fils	2021		6,75 €	**
●	Bordeaux	Haut-médoc	Château d'Aurilhac	2018		9,90 €	*
●	Languedoc-Roussillon	Faugères	Domaine Saint Martin d'Agel	2019		5,54 €	***
●	Val de Loire	Bourgueil	Domaine des Sonnets	2020		3,99 €	**

Le préféré d'Yves Denjean

Domaine Saint Martin d'Agel, faugères 2019, 5,54 €

« Les arômes de fruits rouges légèrement évolués sont plaisants au nez. En bouche, les tannins caractéristiques d'un terroir de schistes apportent de la fraîcheur et de la souplesse. Un vin à déguster maintenant. »

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9033243600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le coup de cœur de Cyril Mondon,
chef de groupe pôle vins du Galec

Domaine de la Belouse, mâcon-la-roche-vineuse 2020, 9,50 €
« Ce vin possède une belle typicité avec des arômes de fleurs blanches très agréables. Il s'agit d'une appellation qui monte. Avoir cette qualité-là à moins de 10 euros, c'est plutôt rare dans les bourgognes. »

Leclerc à partir du 4 octobre 2022

Couleur	Région	Appellation	Château	Millésime	Label	Prix	Etoiles
●	Beaujolais	Beaujolais	Granitis	2021		6,90 €	**
●	Bourgogne	Mâcon-la-roche-vineuse	Domaine de la Belouse	2020		9,50 €	*
●	Languedoc-Roussillon	Languedoc	Château Ferrandiere	2021		5,95 €	**
●	Val de Loire	Valencay	Les Beaux Monts	2021		6,15 €	*
●	Provence	Côtes-de-provence	Château Réal d'Or	2021		6,80 €	**
●	Beaujolais	Morgon	Arnaud Aucœur	2021		7,90 €	**
●	Beaujolais	Moulin-à-vent	Domaine Le Vieux Domaine	2021		7,95 €	***
●	**Bordeaux**	**Blaye-côtes-de-bordeaux**	**Château Graulet**	**2020**		**7,50 €**	***
●	Bordeaux	Graves-de-vayres	Château Cantelaudette cuvée Margaux Chatealier	2020		9,95 €	**
●	Languedoc-Roussillon	Côtes-du-roussillon-villages	Château de Jau	2021	AB	6,95 €	*
●	Languedoc-Roussillon	Faugères	Château des Estanilles	2020	AB	7,90 €	**
●	Languedoc-Roussillon	Languedoc	Mas de Janiny	2020	AB	4,80 €	**
●	Languedoc-Roussillon	Pays-d'oc	Famille Depoizier	2020		4,20 €	***
●	Sud-Ouest	Gaillac	Château Pujols	2020		3,60 €	***
●	Sud-Ouest	Vin de France	Nous Cinq	2020		4,80 €	**
●	Val de Loire	Saumur-champigny	Domaine des Damoiselles	2021	AB	6,75 €	***
●	Vallée du Rhône	Côtes-du-rhône	Domaine de la Guicharde	2019	Biodynamie	6,50 €	***
●	Vallée du Rhône	Cairanne	Vignobles André Farjon	2020	AB	7,60 €	**
●	Vallée du Rhône	Laudun	Château Courac	2019		6,95 €	**
●	Vallée du Rhône	Vinsobres	Domaine L'Autrandine	2020		6,45 €	*

Le préféré de Frédéric Guyard

Château Graulet, blaye-côtes-de-bordeaux 2020, 7,50 €
« Entre 5 € et 10 €, Bordeaux est actuellement considéré comme le vignoble qui offre le meilleur rapport qualité-prix. En voici une très belle illustration, avec un vin qui n'a rien à envier à la finesse de nombre de grands crus de la rive droite. »

Le préféré de Frédéric Guyard

Les cépages préservés de Plaimont, saint-mont 2020, 7 €
« Une explosion de fruits blancs, pêche en tête, et d'agrumes soutenue par une belle acidité La finale beurrée et longue est superbe. »

Nicolas du 7 septembre au 4 octobre 2022

Couleur	Région	Appellation	Château	Millésime	Label	Prix	Etoiles
●	Sud-Ouest	Saint-mont	Les cépages préservés de Plaimont	2020		7,00 €	***
●	Val de Loire	Muscadet-sèvre-et-maine	Château l'Hyvernière	2020	Terra Vitis	5,70 €	**
●	Bordeaux	Saint-estèphe	Château Coutelin-Merville	2007		9,95 €	**
●	Languedoc-Roussillon	Corbières	Les Herbes Hautes by Jeff Carrel	2019	AB	9,50 €	***
●	Languedoc-Roussillon	Pays-d'oc	Fils de Poule !	2020		6,55 €	**
●	Val de Loire	Vallée-de-la-loire	Mon Côco	2020		6,40 €	***

Le coup de cœur d'Olivier Odru,
caviste Nicolas à Paris

Fils de Poule, IGP pays-d'oc 2020, 6,55 €
« Ce vin en IGP pays-d'oc fait sur une base de syrah et de cabernet possède un profil gourmand et très flatteur avec juste ce qu'il faut de caractère. Il a tous les attributs du vin plaisir qui peut se servir à l'apéritif. »

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9033243600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le coup de cœur de Claire Gaultier,
category manager liquide chez Franprix

Domaine Dominique Piron, brouilly 2019, 7,95 €
« Ce vin révèle des arômes et des saveurs de fruits avec des notes de mûres et cassis. Le Brouilly est un vin frais et élégant avec une belle rondeur en finale. Il est l'image du Beaujolais. »

Franprix du 19 septembre au 9 octobre 2022

Couleur	Région	Appelation	Chateau	Millésime	Label	Prix	Etoiles
●	Bourgogne	Bourgogne-chardonnay	La Vigne du cloître	2020		7,50 €	**
●	Bourgogne	Saint-véran	Domaine du Val Lamartinien	2021		8,95 €	**
●	Val de Loire	Touraine-sauvignon	Les Hauts des Charmes	2020		5,00 €	**
●	Provence	Coteaux-varois	château La Lieue	2021	AB	5,95 €	*
●	Beaujolais	Brouilly	Domaine Domique Piron	2019		7,95 €	**
●	**Bordeaux**	**Graves**	**Château Beauregard Ducasse Albert Duran**	**2019**	**HVE**	**8,50 €**	***
●	Bordeaux	Médoc	Château Haut Grignon	2018	HVE	5,99 €	*
●	Vallée du Rhône	Côtes-du-rhône	JL Colombo Le Vent	2020		5,50 €	*

Le préféré de Chloé Queffeulou

Château Beauregard Ducasse, Graves 2019, 8,50 €
« Elégant, onctueux et équilibré, ce graves rouge est un vin racé. Une belle cuvée à poser sur la table lors d'un repas. »

Le coup de cœur de Stéphane Friez,
adhérent et responsable de la filière vins et champagnes d'Intermarché

Château Vaugelas cuvée V, corbières 2019, 7,59 €
« Souplesse, structure et buvabilité, cette cuvée correspond à tout ce qu'attendent nos clients d'un vin rouge. Elle est aussi emblématique de ce qu'est devenu le Languedoc aujourd'hui. »

Intermarché du 28 septembre au 11 octobre 2022

Couleur	Région	Appellation	Château	Millésime	Label	Prix	Etoiles
●	Alsace	Gewurtraminer-grand-cru-mambourg	J.Hauller & Fils	2018		9,49 €	***
●	Languedoc-Roussillon	Limoux	Sieur d'Arques	2018		7,80 €	***
●	Provence	Coteaux-d'aix-en-provence	Château Calissanne	2021		5,55 €	**
●	Val de Loire	Pouilly-fumé	Domaine de Riaux	2020		9,99 €	**
●	Vallée du Rhône	Côtes-du-rhône villages-laudun	Les Grands Muriers - Laurent Brotte	2021		6,20 €	**
●	Beaujolais	Brouilly	Le Marquis de la Chaize	2020		7,90 €	***
●	Bordeaux	Bordeaux	Château Grandjean	2018		4,40 €	**
●	Bordeaux	Bordeaux-supérieur	Château Au Grillon	2018		5,55 €	**
●	Bordeaux	Bordeaux-supérieur	Château L'Isle Fort	2015		7,90 €	***
●	Bordeaux	Haut-médoc	Château Bernadotte	2018		9,90 €	**
●	Bordeaux	Puisseguin-saint-émilion	Château Puy de Boissac	2020		7,50 €	**
●	Languedoc-Roussillon	Corbières	Château Vaugelas - Cuvée V	2019	HVE	7,59 €	***
●	Sud-Ouest	Bergerac	Château Monestier La tour	2016		5,90 €	**
●	Sud-Ouest	Bergerac	Château Monplaisir cuvée prestige	2018		4,66 €	*
●	Vallée du Rhône	Beaumes-de-venise	Domaine de la Daumace	2020	HVE3	6,95 €	***

Le préféré d'Yves Denjean

Domaine de la Daumace, beaumes-de-venise 2020, 6,95 €
« Ce cru rhodanien présente de beaux arômes de fruits rouges rehaussés par des pointes poivrées. En bouche, sa structure riche et ample est dotée d'une belle fraîcheur »

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le préféré de Chloé Queffeulou

Famille Hauller, riesling alsace-grand-cru-frankstein 2017, 8,99 €
« Ce riesling est caractérisé par sa minéralité et ses arômes de pierre à fusil. Une cuvée ciselée et franche, parfaitement équilibrée à ne pas manquer. »

Cora du 13 septembre au 1er octobre 2022

Couleur	Région	Appellation	Château	Millésime	Label	Prix	Etoiles
●	Alsace	Alsace-riesling	Ehrhart	2019		5,99 €	**
●	**Alsace**	**Riesling-grand-cru-frankstein**	**Hauller**	**2017**		**8,99 €**	***
●	Bourgogne	Bourgogne-chardonnay	La Vigne du cloître	2020		7,49 €	**
●	Bourgogne	Crémant-de-bourgogne	Moillard	2020		6,49 €	**
●	Bourgogne	Mâcon	Domaine de Monterrain	2019		7,99 €	***
●	Bourgogne	Saint-véran	Les vins de Lana	2021		8,99 €	**
●	Sud-Ouest	Côtes-de-gascogne	Domine de Ménard	2021		4,70 €	**
●	Sud-Ouest	Jurançon sec	Château Roquehort	2020	HVE	6,50 €	**
●	Val de Loire	Saumur	Eclat de vigne	2020	AB	5,65 €	**
●	Provence	Côtes-de-provence	Douce Vie Muraires	2021		4,95 €	***
●	Bordeaux	Saint-émilion-grand-cru	Château Les Graviers Plagnolles	2019		7,95 €	**
●	Bordeaux	Médoc	Château Pierre de Montignac	2015		8,95 €	**
●	Languedoc-Roussillon	Côtes-du-roussillon	Château Saint Michel	2019	AB	6,49 €	**
●	Vallée du Rhône	Croze-hermitage	Empreinte du Rhône	2020		9,50 €	**

Le coup de cœur de Yannick Blond, *acheteur vins Bordeaux et Sud-Ouest chez Cora*

Château Pierre de Montignac, médoc 2015, 8,95 €
« Ce vin est un réél coup de cœur : puissant, très aromatique et prêt à boire. On sait tout de suite qu'il va plaire à beaucoup de monde. »

Suivez les foires aux vins 2022 en direct sur rayon-boissons.com

- Le calendrier officiel
- L'offre par enseigne
- Nos 200 coups de cœur à moins de 10 €
- Le décryptage des catalogues
- Les reportages en magasins...

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LE JOURNAL DES FEMMES

cuisine.journaldesfemmes.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **8335776**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

27 Juillet 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **2689**

Visualiser l'article

Foire aux vins automne 2022 : le catalogue des dates

La Foire aux **vins** d'automne arrive bientôt, le moment pour les amateurs de bonnes bouteilles pour les trouver au meilleur prix. Voici les prochaines dates pour 2022.

© Photo by Klara Kulikova on Unsplash

Sommaire

- Toutes les dates
- Leclerc
- Lidl
- Biocoop

Toutes les enseignes de grande distribution, comme **Carrefour** , **Leclerc** , **Lidl** ou Intermarché font leur **Foire aux vins** , mais aussi les cavistes, autant sur internet que directement en magasins. Elle a lieu plusieurs fois dans l'année, en hiver, au printemps et l'édition **d'automne** arrive à grand pas. Pour les consommateurs, c'est le rendez-vous pour dénicher de bonnes affaires et des bouteilles de rouge ou de blanc de qualité, le tout à un bon prix. Chaque marque et vendeur spécialisé fait sa Foire aux **vins** à la même période mais avec des dates légèrement différentes. Voici toutes les **dates de la Foire aux vins** d'automne 2022.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Quelles sont toutes les dates de la Foire aux **vins** ?

La Foire aux **vins** est l'opportunité pour tous les consommateurs de **bénéficier de promotions** sur des produits d'exception. Si ce rendez-vous a lieu plusieurs fois dans l'année, pour le plus grand bonheur des experts et amateurs, la prochaine Foire aux **vins** en date est celle de l'automne. Celle-ci a généralement lieu de fin août à mi-octobre.

- Carrefour : 27 septembre au 10 août
- Intermarché : 6 au 18 septembre
- Auchan : 6 au 25 septembre
- Monoprix : 16 septembre au 2 octobre
- **Nicolas** : 7 septembre au 4 octobre
- Vinatis : 2 septembre au 9 octobre

Quand a lieu la Foire aux **vins** Leclerc ?

La Foire aux **vins** d'automne de Leclerc s'étale sur 3 dates. Des offres exclusives seront disponibles sur son site dès le 5 septembre 2022. Puis il sera possible de réserver les **vins** en avant-première sur internet à partir du 20 septembre. Les bouteilles seront envoyées après la date officielle de commencement de la Foire aux **vins**, le **4 octobre** . Leclerc proposera de bonnes affaires sur plus de **250 cuvées** .

Quand commence la Foire aux **vins** chez Lidl ?

L'enseigne discount, Lidl, renouvelle sa Foire aux **vins** d'automne en 2022, qui débutera à partir du 7 septembre avec une sélection de plus de **150 vins** . Le prix des différentes cuvées oscillera entre **1,89€ et 29,50€** . De plus, pour les clients possédant la carte de fidélité, des réductions supplémentaires sont possibles. Une semaine avant le début de la foire en magasin, le site internet proposera des offres exclusives.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365418014

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

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

PRODUITS

La France des spiritueux

Avec ses armagnacs, cognacs, calvados et autres rhums agricoles, la France n'avait rien à envier aux autres nations. Néanmoins, les effets de mode rendirent ces alcools presque désuets sur leur marché national en étant détrônés dans un premier temps par le whisky, puis par la vodka et le gin.

Autant de parts de marché qui échappaient aux producteurs et distillateurs français. Forte d'un savoir-faire pluri centenaires en matière de vieillissement et de maîtrise de la tonnellerie, la France en toute logique, s'inséra il y a plusieurs années dans cette compétition des spiritueux les plus demandés.

La mode des whiskies japonais marquant une pose en raison, d'une part d'une disponibilité réduite et surtout, d'une augmentation excessive des prix qui finit par éloigner les amateurs.

Dès le début des années 2000, des distillateurs français se lancent avec succès dans le whisky avec, notamment, des maisons comme la Distillerie des Menhirs ou la gamme l'Evadé qui fait partie de la galaxie par la maison familiale Whiskies du Monde.

La vodka fait également partie des spiritueux dont les maisons françaises se sont emparées avec succès. Quant au rhum, qui rencontre un joli succès, il est pour un grand nombre de marques d'origine françaises géographiquement.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

L'Evadé, Évadé est une gamme complète de whiskies cultivés, distillés et vieillis en France, non colorés, non filtrés à froid et sans aucun additif. La gamme se compose de quatre références avec chacune un profil aromatique unique et distinct qui révèle le véritable savoir-faire français. A découvrir sans plus attendre !

Les deux dernières nouveautés de la gamme sont un « wine cask finish » et un très joli « rum cask finish ». Distillé en France en alambic charentais à partir d'orge français, ce whisky est vieilli entre 3 et 5 ans avant d'être affiné pendant 20 mois en fûts de rhum agricole.

Le résultat est à la hauteur du soin apporté à l'élaboration de ce whisky. Un nez fleuri et fruité qui annonce une bouche à la fois ronde et dynamique dominée par les épices. Une bouche longue qui se termine sur des notes herbacées. A déguster sec ou avec un high ball. Whisky Evadé chez Whiskies du Monde et chez les cavistes.

Dans cette quête des spiritueux conçus en France, après le whisky et le gin, voici la vodka. En l'occurrence la vodka Pyla des Vignes. Il s'agit de l'exemple parfait de ce que les terroirs français peuvent offrir en matière d'alcool du monde.

Ici le terroir est bordelais et la matière première est le raisin. Sans oublier bien sûr la famille Bernard. Une vieille famille de distillateur qui connaît son alambic à colonne sur le bout des doigts et sait le faire bouillir à bon escient.

Le filtrage effectué avec un sable venu de la dune du Pyla donne son nom à cette vodka qui n'a rien à voir avec un produit issu de grains ou de féculents. Le nez est expressif, fruité et délicat. En bouche, passée la première rondeur on découvre le raisin qui s'affirme face à une touche vanillée et reste présent dans la longueur.

Une vodka élégante et raffinée qui conviendra parfaitement à la confection de cocktail mais aussi à une dégustation pure à bonne température. Vodka Pyla des Vignes/Whiskies du Monde. Chez les cavistes et Nicolas.

Dans le monde des spiritueux, le rhum tient une place à part et les origines sont nombreuses. Bien souvent ces origines déterminent sa conception.

Pur canne pour les produits français et mélasse pour le reste du monde. Depuis quelques années, on assiste à une montée en puissance de la qualité des produits ainsi que de l'arrivée de produits innovants parmi lesquels on trouve les rhums arrangés et les rhums épicés.

Certes, selon la réglementation européenne, il ne s'agit plus de rhum mais de simples spiritueux. Ce que l'on connaissait depuis toujours sous le nom de punch rencontre aujourd'hui un succès auprès d'une nouvelle génération de consommateurs.

Voici pour les amateurs de rhum trois jolis flacons en provenance de la Jamaïque et du Panama.
Véritable gourmandise à boire pure ou en cocktail le Canerock est un « rhum épicé ».

Il s'agit d'un assemblage de rhum vieux dans lequel ont infusé des épices, de la vanille, du gingembre et de la coco. La finition dans des fûts de sherry lui apporte cette rondeur souple qui fait de ce « spiced rum » un véritable bonbon gourmand. Canerock un rhum épicé de chez Ferrand.

Des rhums sans sucre ajouté et sans colorant.
A découvrir également dans la gamme de rhums de la maison de négoce Mezan, le XO Jamaican et le Chiriqui aux origines panaméennes. Une maison exigeante sur ses produits : pas de sucre ajouté, pas de colorants ni de filtration à froid. Un choix qui va au-delà de la réglementation européenne de 2021 qui autorise un sucrage jusqu'à 20%.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Avec ses rhums originaires des meilleures distilleries des caraïbes, chaque année Mezan met en avant des éditions spéciales, cette année ce sont quatre millésimes : le Guyana 2011, le République Dominicaine 2012, un Jamaïque 2010 et un single cask Jamaïque 2006.

Des séries limitées qui ne doivent pas occulter les bases permanentes de la gamme Mezan. Deux références, le Jamaica XO élevé en fût de bourbon et le Chiriqui du Panama fini en fût de muscat.

L'un comme l'autre sont des rhums de mélasse. Deux rhums légers à 40° qui conviennent parfaitement dans la confection des cocktails. Des rhums à découvrir.

CASTELNICOLAS2 - CISION 364760952
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

BARMAG

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **N.C.**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Juillet 2022 P.14-16**

Journalistes : **LAURENCE MAROT**

Nombre de mots : **321**

Stratégie

COMMENT CONSERVER SA SUPRÉMATIE DANS UN MARCHÉ EN PLEINE ÉBULLITION FACE À UNE OFFRE FRANÇAISE CRÉATIVE ET DE PLUS EN PLUS APPRÉCIÉE ? C'EST LA QUESTION QUE LA RÉDACTION DE *BARMAG* A POSÉE À CERTAINS PETITS ET GRANDS POIDS LOURDS ÉTRANGERS DU GIN. COMPTE RENDU.

LES GINS ÉTRANGERS

LEUR STRATÉGIE DANS UN MARCHÉ CONCURRENTIEL

TEXTE - LAURENCE MAROT

Stratégie

CANAÏMA

UN BON STORYTELLING ET LE SOUTIEN D'UNE MARQUE PHARE

C'était en 2019, avant la crise sanitaire : le distributeur Dugas annonçait la sortie de ce gin vénézuélien produit par la distillerie du célèbre rhum Diplomático, Destilerias Unidas S.A. (DUSA). Un événement dans le monde du gin. « *Après le rhum, la distillerie souhaitait investir dans cette catégorie sur plusieurs marchés. DUSA a souhaité lancer Canaïma sur des territoires où Diplomático était bien implanté comme l'Allemagne, l'Italie, le Royaume-Uni, et bien sûr la France* », explique Louis Bourgoin, senior brand manager chez Dugas.

Pour attirer le public et se distinguer sur un secteur déjà bien fourni, la maison vénézuélienne a planché sur une recette associée avec des ingrédients aromatiques tropicaux récoltés à la main par les communautés d'autochtones en Amazonie. Aujourd'hui, la marque se positionne avec un tarif accessible d'environ 36 €. « *Nous bénéficions d'un bon storytelling autour des botaniques de l'Amazonie et du halo du rhum de Diplomático, du travail de son ambassadrice Aude Surville qui met parallèlement en avant le gin Canaïma* », précise l'expert.

Pour 2022, la marque poursuit sa route en revendiquant son engagement, avec la communauté grâce à un partenariat avec 2 ONG : la fondation Tierra Viva, et Saving the Amazon ; et à la protection des abeilles en soutenant des apiculteurs, notamment de la région parisienne. Autant d'actes qui ne laissent pas les consommateurs indifférents !

Côté distribution exclusivement CHR et cavistes, son distributeur a lancé un partenariat avec les caves Nicolas sous forme de coffret cadeau comprenant un sous-verre tissé à la main par les autochtones.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0846533600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Les Echos

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **710000**

Sujet du média : **Economie-Services Industrie**

Edition : **Du 08 au 09 juillet 2022 P.28**

Journalistes : **L.D.**

Nombre de mots : **530**

PME&REGIONS

L'Hérault, royaume du vin désalcoolisé

Le deuxième département viticole français recèle trois champions : le domaine de la Colombette, Pierre Chavin et Le Petit Béret.

« Les eunuques, les castrats et le "vin" désalcoolisé » : tel était le titre cinglant d'un blogueur influent de la vitisphère en 2008, auteur d'un rapport ministériel en 2001 sur la stratégie viticole française. Le vigneron Vincent Pugibet, pionnier en France de la désalcoolisation par osmose inverse en 2005, installé dans l'Hérault, s'en souvient encore. « *Typique de la relation française à l'alcool, synonyme de virilité* », lâche le créateur de Plume, un vin allégé à 9 %. Quatorze ans plus tard, le propriétaire de 270 hectares au domaine de la Colombette exulte : « *Il fallait quand même avoir une courte vue.* » L'Europe autorisera en effet l'an prochain la dénomination de « vin désalcoolisé », dont l'usage s'est déjà imposé en toute illégalité puisqu'il faut un minimum de 8,5 degrés pour définir un « vin ».

L'enseigne Nicolas vient de référencer la gamme sans alcool Born To Be Free (2.000 bouteilles vendues par semaine en Allemagne) du Biterrois, connu aussi pour son militantisme en faveur des cépages résistants. Mais à Béziers, Vincent Pugibet, qui a aussi participé au lancement de la start-up Moderato et de son produit à 5 degrés, n'est plus le seul sur ce créneau. Depuis 2010, l'énergique Mathilde Boulachin exporte sa marque Pierre Chavin dans 60 pays. La moitié des 13 millions d'euros de chiffre d'affaires est réalisée avec des vins désalcoolisés ou non fermentés. En France, la gamme Pierre Zéro est sortie des maisons de retraite pour rejoindre les rayons de Monoprix. Elle existe depuis l'an dernier en version bio (collection Signature), avec un mousseux blanc ou rosé au prix rondelet de 20 euros. Le négociant s'est séparé de ses 40 hectares de vignes pour privilégier les achats de raisins, « *en ciblant les cépages les plus aromatiques pour les assemblages* ». La production – désalcoolisation et pasteurisation – est sous-traitée. La chef d'entreprise veut s'imposer « *comme le leader premium dans le monde* ».

Occuper le terrain

« *On était seul, mais la concurrence arrive depuis deux ans, d'Allemagne, d'Espagne et d'Australie, avec de gros acteurs. On n'a pas beaucoup de temps devant nous pour occuper le terrain* », explique Mathilde Boulachin.

L'Hérault, deuxième département producteur de vin, a aussi vu naître en 2015 Le Petit Béret de Fathi Benni et Dominique Laporte, meilleur sommelier de France. Ici, pas de désalcoolisation, car pas de fermentation mais des infusions et des macérations de raisins, avec la peau et les pépins, et une réduction de la teneur en sucre selon des procédés mis au point et brevetés avec l'Inrae de Narbonne. Entre un déplacement de promotion à Casablanca (Maroc) et l'arrivée d'une délégation saoudienne, l'ingénieur agronome, qui revendique 3 millions d'euros de chiffre d'affaires, a inauguré le 23 juin « *le premier château viticole sans alcool au monde* » : Milhau-Petit Béret, une bâtisse datant de 1240 dans l'appellation Saint-Chinian. Un « château » sans vigne ni chai cependant... puisque la production est externalisée. — *L. D.*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Masculin.com

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **385983**
Sujet du média : **Lifestyle**

13 Juillet 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3930**

www.masculin.com

Visualiser l'article

Dégustation : Gin Roku - notes florales à l'honneur

Cette semaine, nos dégustations nous emmènent vers de nouveaux horizons, pour déguster un Gin qui nous vient du Japon. Gin Roku est un gin japonais fabriqué à partir de 6 ingrédients typiquement japonais et nous avons eu l'opportunité de le déguster, pur mais aussi en cocktail ; voyons ensemble ce que vaut ce gin qui nous vient de loin !

- 6 plantes, et c'est tout !
- La dégustation du Gin Roku
- La bouteille du Gin Roku
- Notre avis sur le Gin Roku
- Où acheter le Gin Roku en france

6 plantes, et c'est tout !

Roku, qui signifie « six » en japonais, rend hommage aux 6 ingrédients traditionnels japonais à partir desquels il est fabriqué : Fleur et feuille de Sakura, écorce de Yuzu, thé Sencha et Gyokuro et poivre Sansho.

Ces ingrédients sont distillés dans un alambic selon les règles de la fabrication traditionnelle du gin, puis mélangés à un alcool neutre d'origine agricole. Il est ensuite mis en bouteille à 43 % d'alcool.

Ce Gin Roku est fabriqué à Osaka, dans une distillerie très moderne et design, par le groupe japonais Suntory ; l'un des leaders sur le marché japonais des spiritueux, surtout connu pour ses whisky et la Vodka Haku que nous avions dégusté.

La dégustation du Gin Roku

Au nez, c'est le Sakura, les fleurs de cerisier, qui prédominent. On retrouve en effet des notes très légères et florales ainsi que du yuzu avec un soupçon de genièvre en arrière-plan. Le sakura lui donne un côté très particulier puisqu'il est un ingrédient plutôt rare dans le gin.

En bouche, il est un peu plus complexe avec des notes florales de sakura mais aussi d'agrumes de yuzu puis de thé vert, suivies d'une légère chaleur due au poivre sansho. La finale est de bonne longueur avec des notes florales et d'agrumes.

Le Roku Gin peut être bu pur mais aussi en cocktail. Nous l'avons essayé pour exemple dans le cocktail signature, le Roku Tonic, simple et rapide à préparer.
video: https://www.masculin.com/la-cave/526912-degustation-gin-roku-notes-florales-a-lhonneur/

Ingrédients pour une personne :

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

- 5 cl de Gin ROKU
- 12 cl de Tonic Premium
- 6 bâtonnets de gingembre frais (direction Grand frais si besoin !)

Préparation du cocktail :

Eplucher et coupez 6 bâtonnets de gingembre frais puis remplir un verre long drink de glaçons et y ajoutez les bâtonnets de gingembre. Verser ensuite 5 cl de gin ROKU puis complétez avec 12 cl de Tonic Premium et remuer délicatement afin de révéler l'essence des botaniques.

Le Roku Tonic est un cocktail très rafraîchissant, le gingembre frais lui donne un peu de chaleur tout en restant léger. Le gin est bien équilibré et va plaire aux amateurs de notes florales et d'agrumes.

La bouteille du Gin Roku

Le style de la bouteille du Gin Roku est très design, inspiré des bouteilles de liqueur traditionnelles japonaises, avec une touche très moderne. La bouteille est transparente et met en valeur la pureté de son contenant.

L'étiquette est très minimaliste avec le nom du gin et les 6 plantes à partir desquelles il est fabriqué.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Notre avis sur le Gin Roku

Roku Gin est un gin très réussi, qui parvient à être à la fois traditionnel et moderne. Les 6 plantes utilisées lui donnent un côté très particulier tout en restant relativement proche d'un gin sec londonien classique, avec un twist final.

Nous avons eu l'occasion de le déguster aussi bien pur qu'en cocktail et nous l'avons apprécié dans les deux cas, et il faudra essayer d'autres cocktails proposés par Suntory, comme le Roku Spring Highball par exemple. Un très bon gin, à découvrir sans plus attendre !

Où acheter le Gin Roku en france

Vous pouvez trouver le Roku Gin chez ***certains cavistes type Nicolas*** ou sur le site du détaillant en ligne La Maison du Whisky, ou encore Amazon, autour des 35€.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365049718

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

marie claire

www.marieclaire.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **5426742**
Sujet du média : **Lifestyle, Mode-Beauté-Bien être**

22 Juillet 2022
Journalistes : **Karine Valentin**
Nombre de mots : **851**

Visualiser l'article

Partir à la mer avec le rosé Collioure

Cazes

Entre Port-Vendres et Banyuls, les Clos de Paulilles comptent 90 hectares, dont 65 en vignes, sous la coupe de la puissante maison Cazes (celle du Roussillon) depuis 2012.

Le vignoble produit de beaux rouges secs et un rosé au goût iodé. Grenache, syrah et mourvèdre pour les notes de groseille et de fraise, sur un volume racé et croquant.

Comment l'accompagner ?

Il est en parfait accord avec les entrées de cet été mais également avec les poissons grillés.

Dorade au four

Dorade farcie au coulis de cresson

Verrines crabe et kiwi

Où l'acheter ?

Le Collioure 2014 (Cazes Les Clos de Paulilles) est en vente chez Leclerc et chez Nicolas.

La bouteille est à 9, 90€. Pour en savoir plus, c'est ici .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

marie claire

www.marieclaire.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **5426742**
Sujet du média : **Lifestyle, Mode-Beauté-Bien être**

22 Juillet 2022
Journalistes : **Karine Valentin**
Nombre de mots : **810**

Visualiser l'article

Idée rosé : Le succulent Sable de Camargue

©2015. Vranken-Pommery Italia spa

Le Domaine royal de Jarras racheté par Paul-François Vranken, le Champenois belge, est un immense vignoble de Petite Camargue planté de vignes francs de pied (épargnées du phylloxéra grâce au sable qui compose le sol).

Aromatique, dense, Jarras est un rosé truculent.

Comment l'accompagner ?

On l'aime les pieds dans l'eau avec de la langouste ou avec un poisson méditerranéen.

Salade César à la langouste

Roulés de queues de langouste au saumon fumé

Mérou grillé à la sauce chien

Où l'acheter ?

Le sable de Camargue IGP 2014 (Commandeur de Jarras, tête de cuvée, gris de gris) est en vente chez Nicolas et chez les cavistes.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Il est à 13€. Pour consulter la collection des vins des sables : vin-sable-camargue.com .

CASTELNICOLAS2 - CISION 365284671

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Boissons de l'été : les coups de coeur de la rédaction pour l'été 2022 !

Chaque année, on cherche de nouvelles boissons rafraîchissantes pour se désaltérer quand il fait chaud. Thés glacés, cocktails, bière sans alcool... On vous a sélectionné nos coups de coeur pour passer un été frais et gourmand !

LES BOISSONS SANS ALCOOL

Monin :

L'entreprise française spécialisée dans les sirops revient en force cet été avec 4 nouvelles références aux parfums frais et gourmands ! Menthe verte , citron et citron vert , fruits rouges ou pêches et abricots , quel sera votre sirop préféré cet été ? Ils sont tous, bien évidemment, sans sucre ajouté et sans édulcorant et sont vendus au prix de 7,09 € les 70 cl.

Gingeur :

Gingeur, c'est LE ginger beer à la française ! Made in Biarritz, cette boisson naturellement fermentée sans alcool et à base de gingembre sera parfaite pour vos cocktails cet été. Notamment pour un Moscow Mule très frais ! À retrouver dans les cafés, restaurants ou épiceries fines et cavistes à 2,80 € les 33 cl et 5,20 € les 75 cl.

Seedlip :

C'est le premier spiritueux distillé sans alcool au monde ! À base d'herbes, d'épices, de pelures ou encore d'écorces, ces "spiritueux" sont ensuite distillés dans un alambic en cuivre, comme n'importe quel spiritueux alcoolisé. Il existe aujourd'hui 3 références, parfaites pour les intégrer dans un cocktail :

- Spice 94 (cardamome, baies de poivre, pamplemousse, chêne américain, écorce de cascarille et citron) : il accompagnera à merveille des viandes rouges, légumes, plats au curry ou encore des desserts.
- Garden 108 (petits pois, houblon, foin, romarin, thym, menthe) : cette référence se marie avec des poissons blancs, une

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

salade ou encore un sorbet.

- Grove 42 (orange amère, mandarine, orange sanguine, gingembre, citronnelle et citron) : un spiritueux sans alcool parfait pour accompagner des crustacés, du gibier mais aussi des desserts gourmands au chocolat.Ad

True Fruits :

La marque de smoothies "sans supercherie" présente son édition estivale ! Une bouteille en édition limitée idéale pour les vacances car elle fera office de carte postale. À vous de rayer/compléter les cases pour envoyer à mamie, tonton, votre meilleure amie ou votre amoureux. En plus, ce smoothie (à base de jus d'orange, jus de pomme, purée de banane, purée de mangue, purée de fruits de la passion et c'est tout !) est parfait pour se désaltérer cet été. À retrouver au rayon frais des grandes surfaces à 3,99 € les 750 ml.

Ad

Palais des Thés :

Le thé, ce n'est pas réservé quand il fait froid ! La preuve avec la nouvelle gamme glacée de Palais des Thés. À siroter fraîches ou glacées, vous allez vous régaler...

- Coffret de 4 créations fruitées et gourmandes en édition limitée : Summer Fizz (thé vert, citron vert, gingembre, cardamome et cannelle), Juicy Sunrise (maté, zestes d'orange et pomme), Sorbet Gourmand (thé vert, mangue, pastèque, ananas) et Exotic Party (thé blanc, ananas, mangue et pamplemousse). 24,90 € le coffret contenant 4 pots de 35 g.
- Pêche Glaciale (menthe verte, menthe poivrée, oolong et pêche), un thé glacé aromatique très faible en théine pour se rafraîchir cet été ! 12,50 € les 100 g ; 6,50 € les 4 sachets mousseline XL.

1664 Blanc 0,0% alcool :

Découvrez la nouvelle référence sans alcool de la brasserie ! Une bière blanche délicate à la robe jaune et aux fines bulles, idéale pour décompresser après une longue journée sans modération. Ses notes d'agrumes et sa pointe d'acidité vont vous rafraîchir tout l'été (et même plus) ! Disponible en grandes surfaces, 4,59 € le pack de 6 bouteilles de 25 cl.Ad

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Tourtel Twist :

Faites-vous plaisir avec les nouveautés du leader de la bière sans alcool français ! Tourtel Twist propose tout d'abord un format canette de 33 cl (3,75 € les 6 canettes), plus pratique pour emporter et recyclables. Avec ses petits slogans fun, les saveurs jus de citron ou jus de framboise sont parfaites pour se régaler tout l'été. Des boissons fraîches et fruitées qu'on retrouve aussi au rayon bio avec la Tourtel Twist Bio duo de fruits rouges . Des framboises, du cassis et des fines bulles. Ça sent l'été tout ça ! 4,90 € les 6 bouteilles de 27,5 cl.Ad

LES SPIRITUEUX

Gibson's Botanical :

Nouvelle référence de la maison, ce London Dry Gin aux notes d'herbes, d'épices est produit en small batch (c'est-à-dire en petits lots). À base de baies de genièvre, graines de coriandre, racines d'iris, écorces d'orange, cannelle casse, racines de réglisse, racines d'angélique et d'écorces de citron, c'est le Gin Tonic parfait pour cet été vous verrez ! À retrouver dès à présent en grandes surfaces à 12,85 € les 70 cl.

Ad

Floranis :

Vous ne connaissez pas Floranis ? Pourtant, si vous aimez les boissons anisées , c'est bel et bien l'apéritif (anisette) iconique ! D'ailleurs, pour fêter ses 150 ans, la marque dévoile une édition limitée disponible jusqu'à la fin de l'année (à 14 €). Floranis, c'est un anisé blanc sans réglisse mais à base de badiane. On l'allonge avec de l'eau et beaucoup de glaçons pour un maximum de fraîcheur ! Sinon, une petite idée de cocktail à réaliser cet été : 2 cl de Floranis, 10 à 12 cl d'eau pétillante, des glaçons et 1 trait de sirop d'orgeat, c'est ultra-frais !

Ad

Cîroc Summer Citrus :

C'est sans aucun doute LA vodka de l'été ! Cette marque française de vodka haut de gamme dévoile sa dernière création en édition limitée aromatisée aux agrumes. Dans un flacon aux couleurs d'un magnifique sunset, cette boisson est idéale pour un cocktail gourmand et fruité cet été. Ses notes acidulées d'orange, mandarine et citron vert se dégusteront aussi givrées ou on

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

the rocks. 49 € la bouteille.

Acmé :

La maison Pernod Ricard présente son nouveau gin 100% français aux bourgeons de sapin. "La montagne au coeur de la dégustation", parce que les vacances d'été ce n'est pas qu'à la plage. D'une fraîcheur intense, les bourgeons de sapin sont associés à 11 autres plantes pour une infusion très aromatique et originale. Distillé dans les Pyrénées Orientales, Acmé se consomme aussi bien en tonic classique ou avec des tranches de pommes granny et de la menthe. À retrouver en grandes surfaces au prix de 24,90 €.Ad

Liqueur de Melon Côquetelers :

Le melon, c'est certainement notre fruit préféré de l'été ! Alors cette liqueur de melon de Cavaillon à la pointe de citron fera forcément des heureux ! Au nez et en bouche, du melon , du melon et encore du melon ! Prenez garde à ne pas trop prendre le melon... On déguste cette liqueur seule, avec un glaçon, en Spritz (9 cl de Prosecco, 2 cl de liqueur de melon, 6 cl d'Aperol et 3 cl d'eau gazeuse) ou encore avec du porto et du Tonic. Disponible chez les cavistes, 23 € les 35 cl ou 42 € les 70 cl.Ad

Manifest par Jägermeister :

La légendaire liqueur aux herbes vient de lancer une nouvelle référence, plus haut de gamme que son édition classique, parfaite pour préparer des cocktails ou à consommer comme un whisky ou un cognac. Manifest est épicé, sucré, amer et herbacé. Vous pouvez retrouver cette liqueur travaillée comme un spiritueux dans le réseau de cavistes Nicolas mais encore dans des bars à cocktails soigneusement sélectionnés.Ad

LES COCKTAILS DE L'ÉTÉ

Daïquiri Océan, rhum blanc AOC Trois Rivières :

Un cocktail indétrônable à la fois élégant, festif et salin aux notes minérales et iodées. Pour le réaliser, c'est trop facile : dans

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

un shaker rempli de glaçons, verser 5 cl de Cuvée de l'Océan (Trois Rivières), 2 cl de citron vert, 1 cl de sirop de sucre de canne et 1 pincée de sel marin. Secouer énergiquement, filtrer et verser dans une coupe à cocktail. Voilà, trop simple non ? On n'oublie pas la petite rondelle de citron vert et quelques grains de sel pour décorer.Ad

L'Alt'Margarita, Cointreau :

Saviez-vous que la margarita était le 5e cocktail le plus consommé au monde ? Venu tout droit du Mexique, ce cocktail est indissociable de Cointreau ("une Margarita sans Cointreau ne mérite pas son sel"). Si vous connaissez déjà par coeur la recette classique (3 cl de Cointreau, 5 cl de tequila blanco, 2 cl de jus de citron vert et givrage au sel), voici une nouvelle version moins forte en alcool, idéale pour siroter tout l'été : l' Alt'Margarita ! Verser 2 cl de Cointreau, 2 cl de jus de citron vert frais et 10 cl de club mate, c'est tout. Découvrez d'autres idées de revisites sur le site de Cointreau et dites-nous quelle est votre recette préférée !

Ad

Spritz Bergamotto, la recette estivale par IT Italian Trattoria :

L'enseigne de restaurants italiens implantée en France depuis 2014 (dont la cuisine conviviale, familiale et authentique nous régale avec ses produits directement importés d'Italie), nous présente son cocktail de l'été : le Spritz Bergamotto ! Il suffit de déposer des glaçons dans un verre, de verser 1 cl de sirop de bergamote, 2 cl de liqueur de bergamote (Italicus), 9 cl de Prosecco et 4 cl d'eau gazeuse. On mélange et c'est prêt !

Ad

LES ROSÉS "FESTIFS"

Cuvée La Rosé, Jaillance :

Ce vin effervescent bio aux arômes délicats de muscat à petits grains blanc et rouge se dégustera à merveille à l'heure de l'

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

apéritif cet été. Des notes fruitées, légères et fraîches de griottes, framboises ou encore litchi pour une sensation en bouche gourmande, équilibrée et élégante. La cuvée La Rosé de Jaillance est disponible en grandes surfaces à 4,95 €.

Chant des Cigales, Maison Chandon :

C'est LE rosé piscine de l'été 2022 ! Avec ses fines bulles, ce rosé frémissant casse les codes des rosés déjà sur le marché. Un vin bio, vegan, élégant, floral et légèrement salé qui sent bon l'été, le Sud, les vacances et le soleil ! On vous conseille de le servir bien frais, avec des glaçons ou pas. 25€ chez les cavistes ou magasins et sites en ligne bio spécialisés.

LES ROSÉS

LOIRE

La Petite Perrière, Domaine La Perrière, Vin de France, 100% pinot noir : pour toutes occasions, ce vin rosé très frais, dont les arômes typiques du pinot noir (fruits rouges) au délicat parfum de pétale de rose, accompagnera à merveille une planche de charcuterie ou du melon à l'heure de l'apéritif. 6€

Agathe, Rosé d'Anjou, Rock M'Roll : un rosé haut en couleur au caractère très jovial et festif. Accessible pour tous les palais et les porte-monnaie (6€), c'est un vin franc, délicat à la douceur subtile. On adore ses notes de fruits rouges pour servir en fin de repas avec un dessert aux fruits rouges justement.

SUD-OUEST

Grain d'Amour : une nouvelle bouteille collector en édition limitée est l'association du vin signature des Vignerons du Brulhois (entre Bordeaux et Toulouse) et de la papeterie Quartier Libre. Ce rosé estival dans son écrin coloré, épurée et "aussi léger qu'une plume" trouvera forcément sa place lors de votre prochain apéro estival . Disponible chez les cavistes partenaires, épiceries fines ou dans les boutiques des Vignerons du Brulhois à 7 €.

ADN 64 par Mont d'Oraàs, rosé des Pyrénées : un vin frais et fruité qu'on adore partager pour un apéritif convivial. Il a des airs de balade sur les plages ensoleillées de la côte basque. 8 €.

PROVENCE

Clos Victoire, rosé 2021 de Château Calissanne : c'est la convivialité à la provençale ! Dans sa robe rose framboise

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

translucide, ses arômes de framboises, groseilles et fraises des bois laissent une note gourmande et rafraîchissante en bouche. Il laisse une pointe d'agrume en fin de dégustation, très agréable quand il fait chaud. On peut le servir pour remplacer un vin rouge léger avec une cuisine exotique, une souris d'agneau ou une daube provençale . 14,50 € chez les cavistes ou sur la boutique en ligne de Château Calissanne.

Hippy, Domaine Roubine, IGP Méditerranée : rendant hommage aux années hippy "peace and love", ce rosé bio, fruité et gourmand aux notes de fleurs blanches et d'agrumes trouve sa place sur la table en association avec de la viande, du poisson grillé ou encore une cuisine exotique. 10 €.

Première, Domaine Figuière : pour célébrer ses 30 ans, la cuvée iconique du domaine dévoile son édition limitée, Première Millésime 2021 ! Un vin rosé minéral et fruité dont les équilibres des saveurs combleront les palais gourmands des invités de l'apéritif au repas. 15,90 €.

Petite Cavale, rosé 2021, AOP Luberon : une robe aux reflets or rose et argenté dont les notes de fruits rouges (groseille, fraise des bois et framboise) viennent embaumer le nez directement. En bouche, c'est un parfait équilibre gourmand de zestes de pamplemousse rose qui laisse une belle rondeur. 12,50 €.

LANGUEDOC

Rosé de Rêve 2021, Domaine de la Grande Sieste : aussi bien sur une grande table gastronomique qu'avec des amis pour un moment plus convivial, ce rosé à la robe très pâle dévoile des notes de groseille et de bonbon acidulé au nez. En bouche, c'est une attaque assez franche mais désaltérante grâce au pamplemousse. On l'adore pour cet été ! 14 €.

Cote des Roses : l'été se pare des couleurs de la Méditerranée cette année ! La collection Cote des Roses (disponible en grandes surfaces à 8,90 € la bouteille), c'est 4 vins born in Languedoc. C'est tout simplement le Sud en bouteille ! Oui oui, blancs, rosé et rouge... la rose sculptée dans le fond de la bouteille vous donnera envie de les collectionner.

C'est fini pour notre sélection de boissons, cocktails et vins de l'été 2022 ! Si vous n'avez pas trouvé votre bonheur, vous avez toujours la collab ultra-fraîche entre Diego Alary et Volvic au cassis et au romarin ou encore la version light de la liqueur Baileys ... À vous de nous dire quelle est votre boisson en été !

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

Alcool

© 2010-2021 Copyright : Demotivateur

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

mybettane+desseauve

www.mybettanedesseauve.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **5194**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

28 Juillet 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **6217**

Visualiser l'article

Le mondovino de la semaine #170 tourne à fond

Dans les jardins de l'Orangerie • L'incroyable histoire de Leclerc-Briant • Climens change de main • Sur les traces du vin à Bordeaux et à vélo • Le cognac de l'été • Le rosé de soif • Chaque jour du nouveau, en voici six

Dans le vignoble

Dans les jardins de l'Orangerie

La façade de cette belle bâtisse se reflète dans le bassin bordé de verdure. L'Orangerie, ce lieu magique, situé à Épernay et propriété de Moët & Chandon, propose des expériences culinaires singulières jusqu'au 21 août. Les vendredis soir, les samedis et dimanches midi, Marco Fadiga, chef de la maison Moët & Chandon proposera ses créations culinaires en accord avec la cuvée moët-impérial brut. Sous forme d'un pique-nique en six temps, les mets de saison et cette parenthèse champenoise émerveilleront les palais les plus fins. Le tout dans un cadre idyllique. Un pique-nique végétarien est également proposé.

Inscriptions sur ***moet.com***

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

L'incroyable histoire de Leclerc-Briant

L'incroyable histoire du vin a trouvé son champagne. Pas n'importe lequel. Depuis 150 ans, Leclerc-Briant produit de bons champagnes. Depuis dix ans et sous l'impulsion des nouveaux propriétaires, Denise Dupré et Mark Nunnelly, une nouvelle marche a été franchie avec l'aide du talentueux Frédéric Zeimett, directeur général et le compétent Hervé Jestin, oenologue de la maison. Pour fêter cet anniversaire, Benoist Simmat avec l'aide de Daniel Casanave a enrichi sa bande dessinée. Le dernier chapitre est désormais dédié à l'histoire et aux secrets de cette maison qu'il a suivie jusqu'au profondeur de l'océan (ou presque). Voici un extrait pour vous mettre l'eau à la bouche : *« Je vous rassure, je ne plonge pas à 60 mètres, c'est juste pour la BD. Je suis Breton, mais y a des limites ! »* Pédagogies, histoires, anecdotes et humour rythment cette édition. Un régal.

L'Incroyable histoire du vin , ***Benoist Simmat et Daniel Casanave, Les Arenes Eds***

CASTELNICOLAS2 - CISION 365451812
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Climens change de main

Le « seigneur de Barsac », ce premier cru classé en 1855 vient de céder une participation majoritaire au sein de son capital. Par l'intermédiaire de la société Patrimonia Développement, Jean-Hubert Moitry et sa famille s'associent ainsi à Bérénice Lurton gérante de la propriété depuis 30 ans. *« Je me suis toujours davantage considérée comme la gardienne temporaire de Climens que comme sa propriétaire, un maillon dans l'histoire remarquable du domaine »,* précise Bérénice Lurton. Elle assurera un rôle de conseil pendant la période de transition. Frédéric Nivelle poursuivra sa mission de directeur technique . *« Dans les prochaines années, nous travaillerons en partenariat avec Bérénice Lurton, heureux de pouvoir compter sur son expérience et son savoir-faire exceptionnels, afin de garantir une parfaite transmission des savoirs et des bonnes pratiques, dans le respect de l'excellence portée par Climens »,* déclare Jean-Hubert Moitry.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sur les traces du vin à Bordeaux et à vélo

Le vin a façonné Bordeaux, des Chartrons jusqu'à la Cité du vin. La ville a ainsi créé une carte illustrée qui invite à une exploration à la fois historique, ludique et épicurienne des traces du vin à Bordeaux. Suivez le guide ou laisser vous guider par les senteurs de la ville. Pour aller plus loin et en dehors de la ville, trois parcours de découverte à vélo sont proposés. 9, 23 et 29 kilomètres mèneront les cyclistes au Château Dillon, Château de Malleret, Château Paloumey, Château D'Agassac, Château Ségur, Château Saint-Ahon et à la Tonnellerie Nadalié.

Carte disponible sur visiter-bordeaux.com . Tarif : 3 euros

Lien vers les parcours : bordeaux-tourisme.com/itineraires-velo-vignoble

Dans le verre

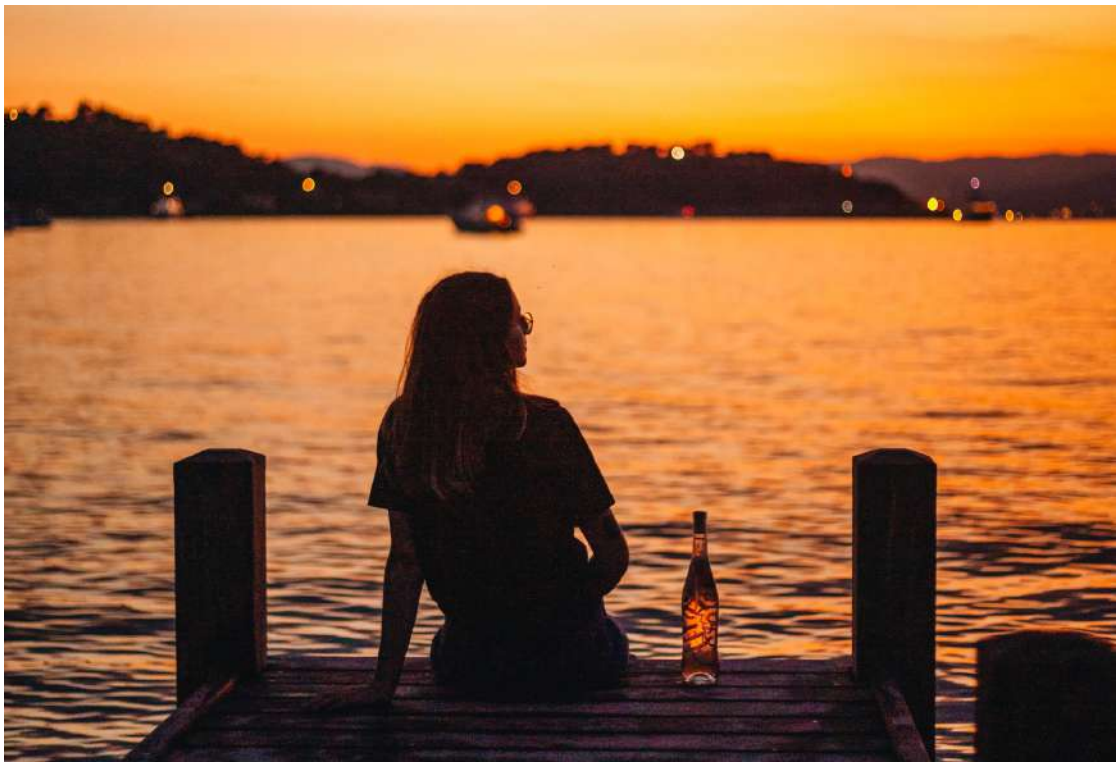
CASTELNICOLAS2 - CISION 365451812
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le cognac de l'été

Créée en hommage à l'accord royal délivré par Louis XV à Rémy Martin en 1738, cette cuvée dévoile le savoir-faire de la maison et se distingue par un boisé délicat, une onctuosité singulière. Élaboré à partir d'eaux-de-vie distillées sur lies dans de petits alambics en cuivre et vieilli en fûts de chêne toastés de la forêt du Limousin, ce cognac s'apprécie seul ou en Sidecar (30 ml de cognac Rémy Martin 1738 Accord Royal, 20 ml de Cointreau, 10 ml de jus de citron). Mettez le cognac, le cointreau et le jus de citron dans un shaker rempli de glaçons. Mélangez, filtrez et versez dans une coupette de champagne. Ajoutez un zest d'orange.

Rémy Martin 1738 Accord Royal, 57,50 euros, nicolas.com

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



Le rosé de soif

Pour cette cinquième édition, Minuty a fait appel à deux artistes. Léa Amati, tatoueuse parisienne à l'univers aussi coloré que poétique, pour habiller cette cuvée des couleurs de la Méditerranée. Elsa Leydier, photographe partagée entre le Brésil et La France, pour révéler les différentes facettes de la *French Riviera. « Dans cette bouteille, j'ai voulu retranscrire la lumière et les couleurs des plages, la légèreté du rosé Minuty, et la douceur des souvenirs de ce séjour »,* souligne l'artiste. Le résultat est réussi. La bouteille est aussi fraîche à l'extérieur qu'à l'intérieur. Ce rosé est très agréable, frais et rafraîchissant. Idéal pour l'été.

Minuty M Édition Limitée, 14,50 euros sur minuty.com

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MAGASINS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

LE MAGAZINE DES CAVISTES & SOMMELIERS

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **15000**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Ete 2022 P.31**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **729**

■ LE TROISIÈME TOUR DE FRANCE D'ANNE DE JOYEUSE

Né dans l'urgence d'un premier déconfinement (juin 2020) et d'une volonté de renouer très vite le contact avec les clients, le "**Anne de Joyeuse Tour**" est devenu une étape incontournable du calendrier des cavistes en France tant cette opération a été saluée de la part des clients et des commerçants dès la première année mais aussi l'an passé lors de la reconduction de ce bel évènement.

Evidemment, tout le monde n'a pas la chance de recevoir la... joyeuse équipe audoise chaque année. Mais pour la troisième édition de cette boucle aux accents limouxins, la cave coopérative à taille humaine a même investi dans une toute nouvelle camionnette réfrigérée de type bar à vin.

De quoi faire déguster leurs pépites à bonne température. Et distribuer son lot de cadeaux (tee-shirts, sacs, tire-bouchons, drop-stop...) comme une autre caravane célèbre tout en racontant ces vins nés sur le piémont pyrénéen audois sous l'appellation IGP Pays d'Oc.

Le programme de cette nouvelle "Grande Boucle" est bien rempli : 10-11 juin à la **Cave Carpentier** (Haumont, 59), 16 juin à **TG Vins** (Niort, 79), 17 juin à la **Cave d'Arquignon** (Chantonnay, 85), 18 juin aux **Caves Perais** (Redon, 35), 22 juin à **Terre et Vins** (Quévert, 22), 23 juin à la **Cave de la Butte** (Cherbourg, 50) et au **Terminus** (Barneville-Carteret, 50), 24 juin à la **Cave du Geneteil** (Château-Gontier-sur-Mayenne, 53), 25 juin à la **Cave aux 3 fûts** (Saint-Père-sur-Loire, 45), 29 juin à la **Cave aux 5 sens** (Tain l'Hermitage, 26), 30 juin à la **Centrale des Vignerons** (Nancy, 54), 1er juillet à la **Vinothèque** (Colmar nord, 68), 2 juillet à la **Vinothèque** (Colmar sud, 68), 7 juillet aux **Caves Berlurettes** (Vierzon, 18), 8 juillet aux **Jolies Quilles** (Sancerre, 18) et 9 juillet chez **Intercaves** (Itteville, 91). ■

LIMOUX (11)

CAVE ANNE DE JOYEUSE
34 promenade du Tivoli
BP 39
11303 LIMOUX
Tél. 04 68 74 79 40
courriel :
commercial.france@cave-adj.com
www.annedejoyeuse.fr

LES 43 CANDIDATS DU MEILLEUR CAVISTE DE FRANCE 2022

La liste des candidats (ordre alphabétique) ■ Franck AUBIN: La Vignery (Saint-Cyr-sur-Loire, 37) ■ Victor BENOIT : La Vignery (Rambouillet, 78) ■ Philippe CARRAGOSO : Cave Nicolas (Toulouse, 31) ■ Sébastien CHETAIL : Le Mouton Rouge (Megève, 74) ■ Anne COCHEPIN : Les Pépites de Vin (Bischwiller, 67) ■ Serge COLIN : Le Repaire de Bacchus (Paris, 75018) ■ Denis COMMERGNAT : Cave Nicolas (Vichy, 03) ■ Laetitia CONIGLIO : Rhône Magnum (Pont-de-l'Isère, 26) ■ Jordi COUWENHOWEN : Sourire au pied de l'échelle (Paris, 75011) ■ Michaël D'AMBROSIO : Le Vignoble (Neufchâtel-en-Bray, 76) ■ Paul DUMANS : La Vignery (Saulx-les-Chartreux, 91) ■ Philippe ERROT : Intercaves (Marly, 59) ■ Eric FÈVRE : Millésimes et Saveurs (Reims, 51) ■ Perrine FLIPO : La Vignery (Guyancourt, 78) ■ Chloé FRIEDMANN : Les Sélections de Bacchus (Beinheim, 67) ■ Laetitia GAUTHERON : Le vingt-deux (Montreuil, 93) ■ Jonathan GUILLET : La Vignery (Rambouillet, 78) ■ Sylvain GUILLET : Aux Grands Vins de France (Montpellier, 34) ■ Benjamin HOLVOET : Les Vins Gourmands (Lens, 62) ■ Lény HUGOT: Cave Nicolas Avignon centre (Avignon, 84) ■ Pierre JACOB : Ecrivins (Molsheim, 67) ■ Benoît LALY : Laly (Autun, 71) ■ Argan LANOË : Les Caves du Pélican (Lannion, 22) ■ Julien LARROQUE : La Vignery (Plaisir, 78) ■ Jonathan LEININGER : La Vignery (Schweighouse-sur-Moder, 67) ■ Jean-Philippe LEROY : Vinothentik (Chabeuil, 26) ■ Emmanuelle LESEUL : Cavavin (Chelles, 77) ■ Olivier LESEUL : Cavavin (Chelles, 77) ■ Olivier LEYDIER : Les Vins d'Olivier (Larches, 19) ■ Jean-Luc MAGOAROU : Cave Nicolas (Nogent-sur-Marne, 94) ■ Pascal MAILLART : La Vinothèque de Troyes (Troyes, 10) ■ Pascal MANGUY : Cave Nicolas (Nantes, 44) ■ Jean-Charles MONIER : Cave Nicolas Lyon Jacobins (Lyon, 69) ■ David MORIN : La Cave de Villliers-sur-Marne (Villiers-sur-Marne, 94) ■ Maxime PAON : Hopla Vins (Munster, 68) ■ Léa PERRET : Cave Nicolas (Loyettes, 69) ■ Mathieu PIERANTONI : La Vignery (Plaisir, 78) ■ Laurent PIGNOT : Les Vins de Laurent (Issoudun, 36) ■ Marc POTTIER : Cave Henri IV (Argentan, 61) ■ Franz SIAUGUES : Cavavin Saint-Joseph (Nantes, 44) ■ Olivier THIBAUT : La Treille d'Or (Paris, 75014) ■ Alexis ZAOUK : La Cave d'Alex (Nanterre) ■ Wilfrid ZENOU : Cave Nicolas (Nogent-sur-Marne)

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 2213933600508

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

SECTEUR DU VIN ET DES CAVISTES

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Avignon. Le caviste Nicolas fête cette année ses 200 ans.

3 Juillet 2022
Durée de l'extrait : **00:27:40**
Heure de passage : **12h32**
Disponible jusqu'au :
1 Septembre 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220175098

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée depuis la boutique Nicolas à Limoges.

9 Juillet 2022
Durée de l'extrait : **00:27:29**
Heure de passage : **13h30**
Disponible jusqu'au :
7 Septembre 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220181339

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Pau.

10 Juillet 2022
Durée de l'extrait : **00:27:50**
Heure de passage : **12h29**
Disponible jusqu'au :
8 Septembre 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:30 - 13:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220181883

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Entreprendre

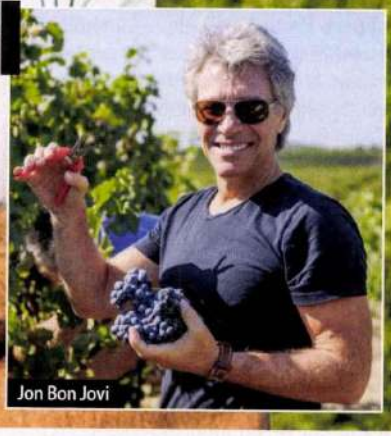
Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Mensuelle**
Audience : **444327**
Sujet du média :
Gestion d'entreprise-Management

Edition : **Ete 2022 P.118-119**
Journalistes : **A.F.**
Nombre de mots : **1151**

Du show biz au rosé

Rosé : Bertrand fait craquer Bon Jovi

L'ancien rugbyman Gérard Bertrand a su poser son empreinte dans le monde de la viticulture. Son partenariat avec Jon Bon Jovi et son fils est une réussite.


Jon Bon Jovi

Gérard Bertrand n'a plus à être présenté chez les professionnels du monde viticole. Le PDG fondateur du groupe éponyme, spécialiste des vins du Languedoc, suit une trajectoire sans faille, avec un détour sur un rosé très rock'n roll.

On évoque souvent les sportifs nord-américains aux reconversions éclatantes. Mais la France n'a rien à leur envier. Gérard Bertrand, ancien capitaine de l'équipe parisienne du Stade Français l'a prouvé. Le décès accidentel de son père provoque son retour sur les terres natales du Languedoc, qui s'enorgueillit du succès de cet enfant du pays. Il s'est notamment illustré par sa volonté affirmée de convertir les vignobles à la biodynamie alors même que cette idée n'était pas encore populaire. De quelques hectares tests, ce sont aujourd'hui environ 900 qui au fil du temps ont été convertis à des pratiques plus respectueuses de l'environnement et de la santé. Les seize domaines détenus par Gérard Bertrand sont d'ailleurs certifiés Demeter.

LE PÉT'NAT', LE PETIT DERNIER

Dernièrement, Gérard Bertrand a prouvé une nouvelle fois qu'il reste à l'écoute du marché. Il s'est lancé sur un nouveau segment, le *pét'nat*. Un pétillant naturel rosé qui la particularité d'être biologique, et dispose d'un joli nom, le *Papilou*. Ces vins naturellement pétillants sont en effet de plus en plus plébiscités par le public pour l'apéritif, car il n'y a aucun ajout de levure

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

ou de sucre, le processus est totalement naturel, mais exige du savoir-faire. Lancé chez les cavistes et la restauration hors foyer, ce vin à base de cinsault et pinot noir sera diffusé cet été.

UNE RÉUSSITE EXEMPLAIRE

À 22 ans seulement, en 1987, Gérard Bertrand reprend le vignoble familial des Corbières et une affaire de négoce. En parallèle, il poursuit le rugby jusqu'à l'âge de 30 ans. Aujourd'hui propriétaire de 16 châteaux languedociens, son entreprise produit quelque 35 millions de bouteilles. En dépit de cette réussite hors normes, l'homme garde parfois l'image du vin de grande distribution qui lui a permis à ses débuts de faire décoller l'entreprise afin de mettre sur pied par la suite des projets plus marketing et personnels depuis une vingtaine d'années. Pourtant, l'homme ne renie pas l'histoire. Après tout, c'est le caviste *Nicolas* et des enseignes telles que *Prisunic* qui ont permis à l'entrepreneur de passer au stade supérieur. Il remercie d'ailleurs ouvertement les foires aux vins qui ont été l'opportunité pour le public de se familiariser avec les vins du Midi. Le virage sur le premium a commencé avec le rachat du Château l'Hospitalet en 2002. Il fallait quand même disposer d'un mental solide pour racheter à l'époque une propriété de 70 hectares pour une somme supérieure au chiffre d'affaires de l'époque, soit 9 millions d'euros. L'affaire de négoce est également florissante, Gérard Bertrand travaille avec environ 200 viticulteurs et 15 caves coopératives en Languedoc.

Quels cépages ?

Lick a rock

Il ne s'agit pas du titre d'une chanson, mais bel et bien de lécher un rocher. Un exercice demandé lors de la formation de Jon Bon Jovi à la notion de terroir. Ce qu'il a fait. Il a également suivi avec son fils le développement du vin et les différents essais avec Gérard Bertrand, pour aboutir à un assemblage Grenache, Cinsault et Mourvèdre, vieilli en fût de chêne français pendant 30 à 60 jours.

« À Narbonne dans l'Aude, le monde viticole se réjouit de l'arrivée du rocker Jon Bon Jovi pour élargir la renommée dans le monde du rosé *Hampton Water* produit avec Gérard Bertrand. »

PARMI LES STARS DU VIN, JON BON JOVI

La star américaine de rock, Jon Bon Jovi, comédien à ses heures a d'autres cordes peut-être un peu moins connues à son arc. Entre autres, il adore le rosé. Une boisson de femmes pour les Américains, mais non ! « *Real men drink pink* » selon la star qui adore ce produit. La « *Hampton Water* », marque du rosé lancée en 2018 par Jovi Bon Jovi et son fils Jesse, est à elle seule un positionnement. En effet, les Hamptons sont une région où certains privilégiés disposent de grandes propriétés, sur le beau territoire de Long Island, familier du clan Kennedy et dont la réputation n'est plus à faire aux États-Unis. Jesse Bon Jovi fait un jour remarquer à son père que l'on y boit plus de rosé que d'eau. Ni une ni deux, le duo se lance dans ce projet, charge à Jesse de mettre au point le business plan. L'idée marketing est belle, et la France s'impose immédiatement comme pays d'origine. Encore faut-il trouver le partenaire idéal. Gérard Bertrand, rencontré chez des amis communs, s'impose rapidement, un choix dont les Bon Jovi se félicitent encore aujourd'hui. Le trio est constitué.

UN LANCEMENT AMÉRICAIN AU TOP

Il s'agissait pourtant d'une première pour Gérard Bertrand. Il avait jusqu'alors toujours développé ses propres vins, sans collaboration avec une star internationale. C'est l'idée de créer un vin en quelque sorte familial et représentatif d'un style de vie qui le séduit. La musique est aussi un point commun, Gérard Bertrand organise en effet depuis plus de quinze ans un festival international de jazz au Château l'Hospitalet, une musique dont il est fan. Le mentorat de Gérard Bertrand et de ses équipes a été efficace, c'est le moins que l'on puisse dire. En 2020, le vin « *Hampton Water* » a été désigné Meilleur Rosé 2018 par le magazine *Wine Spectator*, dans son classement des 100 meilleurs vins. Encore mieux, de 2018 à 2022, la *Hampton Water* a obtenu la note de 90 points sur 100 quatre années consécutives.

L'AVENTURE SE POURSUIT

Fort de cette première expérience réussie, concrétisée par plus d'un million de cols vendus, le trio a décidé d'aller plus loin. Les clients qui fréquentaient un certain magasin *Carrefour* le 10 mai dernier ont été un peu surpris. Jon Bon Jovi en personne se promenait dans les allées avec son fils et le viticulteur-négociant français devant une tête de gondole de rosé « *Hampton Water* ». Car ce rosé va à présent être proposé aux Européens, et plus particulièrement aux Français qui le retrouvent déjà chez *Monoprix* et *Carrefour*. Le vin n'est pas bio, mais « pourrait l'être dans les années à venir » selon Gérard Bertrand dont la majorité des vignes est cultivée en bio et biodynamie. Alors, prêt à déguster un petit air des Hamptons en écoutant « *It's my life* » de Bon Jovi ? ■ A.F.

« La nature au cœur »

L'ouvrage lancé cette année aux éditions Albin Michel est en plein accord avec les principes appliqués par Gérard Bertrand dans ses propres vignes. Cette viticulture biodynamique pratiquée par des vignerons exigeants et réputés dans leur domaine, prône le respect et le besoin de maintenir des sols vivants. Le futur de la viticulture est en jeu.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4150243600508

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MENTIONS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Web FRA

1001 INFOS

1001infos.net

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**
Audience : **2118**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

1 Juillet 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **2657**

Visualiser l'article

Accusations visant une filiale en Centrafrique du groupe Castel: enquête à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité

Une source proche du dossier a confirmé que cette enquête préliminaire avait été ouverte mercredi.

En août 2021, The Sentry avait publié un rapport affirmant que Sucaf RCA, filiale de la Société d'organisation, de management et de développement des industries alimentaires et agricoles (Somdiaa), elle-même contrôlée à 87% par le groupe Castel, avait « négocié un arrangement sécuritaire » avec notamment l'Unité pour la paix en Centrafrique (UPC), un groupe armé accusé d'exactions.

Cet « arrangement » visait à « sécuriser » son « usine et les champs de canne à sucre » et « tenter de protéger le monopole de la société », selon l'ONG spécialisée dans la traque de l'argent sale, cofondée par l'acteur américain George Clooney et le militant des droits humains John Prendergast.

En échange de la sécurisation du site, la Sucaf RCA a mis en place un « système sophistiqué et informel pour financer les milices armées par des paiements directs et indirects en espèces, ainsi que par un soutien en nature sous forme d'entretien des véhicules et de fourniture de carburant », selon The Sentry.

« Nous nous réjouissons de l'ouverture de cette enquête, qui devrait permettre de faire toute la lumière sur les éventuelles responsabilités de sociétés et d'individus, notamment de nationalité française, dans la commission de crimes internationaux d'une extrême gravité », ont commenté dans un communiqué Mes Clémence Witt et Anaïs Sarron, les avocates de The Sentry.

« Castel prend acte de l'ouverture de cette enquête », a de son côté déclaré à l'AFP une source proche du groupe, assurant que ce dernier était dans une « attitude de coopération pleine et entière avec la justice ».

Castel détient plusieurs marques de vin telles que Baron de Lestac ou Listel, ainsi que des enseignes comme le caviste Nicolas. Le groupe est également présent en Afrique où il produit notamment des boissons gazeuses.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

« Après une enquête interne très complète (huit mois d'enquête, 45.000 mails exploités, 22 auditions dont la moitié sur place à Bangui et Ngakobo) qui a totalement infirmé les allégations de The Sentry, le parquet veut savoir qui se cache derrière les témoins anonymes à charge sur la base desquels le rapport de l'ONG s'est déterminé », a pour sa part affirmé à l'AFP l'avocat de Somdia, Pierre-Olivier Sur.

M. Sur a dénoncé une « tentative de déstabilisation d'un des derniers fleuron agro-alimentaire français en Afrique » et assuré qu'un « procès en dénonciation calomnieuse » suivrait « nécessairement ».

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Agences de presse**
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Banques-Finance**
Economie-Services

Edition : **1er juillet 2022 P.14-15**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **453**

01/07/2022 08:20:32

Accusations visant une filiale en Centrafrique du groupe Castel: enquête à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité

Une enquête a été ouverte à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité et de crimes de guerre après un rapport accusant une filiale du géant français des boissons Castel d'avoir soutenu financièrement des rebelles en Centrafrique, ont annoncé vendredi à l'AFP les avocates de l'ONG The Sentry.

Une source proche du dossier a confirmé que cette enquête préliminaire avait été ouverte mercredi.

En août 2021, The Sentry avait publié un rapport affirmant que Sucaf RCA, filiale de la Société d'organisation, de management et de développement des industries alimentaires et agricoles (Somdiaa), elle-même contrôlée à 87% par le groupe Castel, avait "négocié un arrangement sécuritaire" avec notamment l'Unité pour la paix en Centrafrique (UPC), un groupe armé accusé d'exactions.

Cet "arrangement" visait à "sécuriser" son "usine et les champs de canne à sucre" et "tenter de protéger le monopole de la société", selon l'ONG spécialisée dans la traque de l'argent sale, cofondée par l'acteur américain George Clooney et le militant des droits humains John Prendergast.

En échange de la sécurisation du site, la Sucaf RCA a mis en place un "système sophistiqué et informel pour financer les milices armées par des paiements directs et indirects en espèces, ainsi que par un soutien en nature sous forme d'entretien des véhicules et de fourniture de carburant", selon The Sentry.

"Nous nous réjouissons de l'ouverture de cette enquête, qui devrait permettre de faire toute la lumière sur les éventuelles responsabilités de sociétés et d'individus, notamment de nationalité française, dans la commission de crimes internationaux d'une extrême gravité", ont commenté dans un communiqué Mes Clémence Witt et Anaïs Sarron, les avocates de The Sentry.

"Castel prend acte de l'ouverture de cette enquête", a de son côté déclaré à l'AFP une source proche du groupe, assurant que ce dernier était dans une "attitude de coopération pleine et entière avec la justice".

Castel détient plusieurs marques de vin telles que Baron de Lestac ou Listel, ainsi que des enseignes comme le caviste Nicolas. Le groupe est également présent en Afrique où il produit notamment des boissons gazeuses.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

"Après une enquête interne très complète (huit mois d'enquête, 45.000 mails exploités, 22 auditions dont la moitié sur place à Bangui et Ngakobo) qui a totalement infirmé les allégations de The Sentry, le parquet veut savoir qui se cache derrière les témoins anonymes à charge sur la base desquels le rapport de l'ONG s'est déterminé", a pour sa part affirmé à l'AFP l'avocat de Somdia, Pierre-Olivier Sur.

Me Sur a dénoncé une "tentative de déstabilisation d'un des derniers fleuron agro-alimentaire français en Afrique" et assuré qu'un "procès en dénonciation calomnieuse" suivrait "nécessairement".

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Agences de presse**
Périodicité : **En continu**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **1er juillet 2022 P.16-17**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **453**

01/07/2022 08:20:31

Accusations visant une filiale en Centrafrique du groupe Castel: enquête à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité

Une enquête a été ouverte à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité et de crimes de guerre après un rapport accusant une filiale du géant français des boissons Castel d'avoir soutenu financièrement des rebelles en Centrafrique, ont annoncé vendredi à l'AFP les avocates de l'ONG The Sentry.

Une source proche du dossier a confirmé que cette enquête préliminaire avait été ouverte mercredi.

En août 2021, The Sentry avait publié un rapport affirmant que Sucaf RCA, filiale de la Société d'organisation, de management et de développement des industries alimentaires et agricoles (Somdiaa), elle-même contrôlée à 87% par le groupe Castel, avait "négocié un arrangement sécuritaire" avec notamment l'Unité pour la paix en Centrafrique (UPC), un groupe armé accusé d'exactions.

Cet "arrangement" visait à "sécuriser" son "usine et les champs de canne à sucre" et "tenter de protéger le monopole de la société", selon l'ONG spécialisée dans la traque de l'argent sale, cofondée par l'acteur américain George Clooney et le militant des droits humains John Prendergast.

En échange de la sécurisation du site, la Sucaf RCA a mis en place un "système sophistiqué et informel pour financer les milices armées par des paiements directs et indirects en espèces, ainsi que par un soutien en nature sous forme d'entretien des véhicules et de fourniture de carburant", selon The Sentry.

"Nous nous réjouissons de l'ouverture de cette enquête, qui devrait permettre de faire toute la lumière sur les éventuelles responsabilités de sociétés et d'individus, notamment de nationalité française, dans la commission de crimes internationaux d'une extrême gravité", ont commenté dans un communiqué Mes Clémence Witt et Anaïs Sarron, les avocates de The Sentry.

"Castel prend acte de l'ouverture de cette enquête", a de son côté déclaré à l'AFP une source proche du groupe, assurant que ce dernier était dans une "attitude de coopération pleine et entière avec la justice".

Castel détient plusieurs marques de vin telles que Baron de Lestac ou Listel, ainsi que des enseignes comme le caviste Nicolas. Le groupe est également présent en Afrique où il produit notamment des boissons gazeuses.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

"Après une enquête interne très complète (huit mois d'enquête, 45.000 mails exploités, 22 auditions dont la moitié sur place à Bangui et Ngakobo) qui a totalement infirmé les allégations de The Sentry, le parquet veut savoir qui se cache derrière les témoins anonymes à charge sur la base desquels le rapport de l'ONG s'est déterminé", a pour sa part affirmé à l'AFP l'avocat de Somdia, Pierre-Olivier Sur.

Me Sur a dénoncé une "tentative de déstabilisation d'un des derniers fleuron agro-alimentaire français en Afrique" et assuré qu'un "procès en dénonciation calomnieuse" suivrait "nécessairement".

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6060333600524

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Famille du média : **TV Grandes Chaînes**
Audience : **7478975**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

1 Juillet 2022
Journalistes : **B. G.**
Nombre de mots : **5648**

france3-regions.francetvinfo.fr

Visualiser l'article

Le groupe girondin Castel visé par une enquête pour complicité de crimes contre l'humanité en Centrafrique

(avec AFP)

Une filiale du groupe Castel est accusé d'avoir "négocié un arrangement sécuritaire" avec l'Unité pour la paix en Centrafrique (UPC), un groupe armé accusé d'exactions. • © Florent Vergnes - AFP

L'ONG The Sentry accuse une filiale du géant français des boissons Castel, dont le siège social est situé à Blanquefort, près de Bordeaux (Gironde) d'avoir soutenu financièrement des rebelles en Centrafrique pour sécuriser ses installations. Une enquête a été ouverte à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité et de crimes de guerre.

Fondé en 1949 à Bordeaux par neuf frères et soeurs, le groupe Castel est aujourd'hui dans le viseur de la justice. Une enquête a été ouverte à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité et de crimes de guerre, après un rapport de l'ONG The Sentry qui accuse une filiale du groupe girondin d'avoir soutenu financièrement des rebelles en Centrafrique pour sécuriser ses installations.

L'enquête a été ouverte mercredi 30 juin selon une source proche du dossier, et confiée à l'Office central de lutte contre les crimes contre l'humanité et les crimes de haine (OCLCH).

Dans un communiqué transmis à l'AFP, M e Clémence Witt et M e Anaïs Sarron, avocates de The Sentry, se sont *"réjouies"* que le pôle crimes contre l'humanité du Parquet national antiterroriste (Pnat) ait ouvert *"une enquête préliminaire pour examiner l'éventuelle implication, en qualité de complices, des sociétés du groupe Castel et de leurs dirigeants dans la commission de crimes contre l'humanité et crimes de guerre perpétrés par des milices armées en République centrafricaine"* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Un *"arrangement sécuritaire"* avec un groupe armé

En août 2021, The Sentry avait affirmé que Sucaf RCA, filiale de la Société d'organisation, de management et de développement des industries alimentaires et agricoles (Somdiaa), elle-même contrôlée à 87% par le groupe Castel, avait *"négocié un arrangement sécuritaire"* avec notamment l'Unité pour la paix en Centrafrique (UPC), un groupe armé accusé d'exactions.

Cet " *arrangement"* visait à " *sécuriser* " son *"usine et les champs de canne à sucre"* et *"tenter de protéger le monopole de la société"* , selon l'ONG spécialisée dans la traque de l'argent sale.

En échange de la sécurisation du site, la Sucaf RCA a mis en place un *"système sophistiqué et informel pour financer les milices armées par des paiements directs et indirects en espèces, ainsi que par un soutien en nature sous forme d'entretien des véhicules et de fourniture de carburant"* , selon The Sentry.

Castel est dans une *"attitude de coopération pleine et entière avec la justice"* , a déclaré à l'AFP une source proche du groupe.

Ce dernier, qui détient plusieurs marques de vin telles que Baron de Lestac ou Listel et des enseignes comme le caviste Nicolas, est présent en Afrique où il produit des boissons gazeuses.

Enquête interne

"Après une enquête interne très complète (huit mois d'enquête, 45.000 mails exploités, 22 auditions dont la moitié sur place à Bangui et Ngakobo) *qui a totalement infirmé les allégations de The Sentry, le parquet veut savoir qui se cache derrière les témoins anonymes à charge sur la base desquels le rapport de l'ONG s'est déterminé"* , a pour sa part affirmé l'avocat de Somdiaa, Pierre-Olivier Sur.

Selon l'avocat, *"une vingtaine d'ONG étaient sur place, n'ont jamais rien constaté, tandis qu'au contraire elles bénéficiaient des installations de Sucaf et que les activités de l'entreprise étaient en totale transparence avec l'ambassade de France, l'armée française* (Sangaris) *et les forces onusiennes* (Minusca) *"* .

M e Sur a dénoncé une *"tentative de déstabilisation d'un des derniers fleurons agro-alimentaires français en Afrique"* et estimé qu'un *"procès en dénonciation calomnieuse"* suivrait.

La Centrafrique, un pays en crise

La Centrafrique, deuxième pays le moins développé au monde selon l'ONU, est plongée depuis 2013 dans une grave crise politico-militaire. A la suite d'une guerre civile, des pans entiers de territoires sont passés sous le contrôle de groupes rebelles qui en accaparent les ressources.

La raffinerie de la Sucaf RCA et les 5.137 ha de plantation de canne à sucre se trouvent à Ngakobo, à 400 km à l'est de la

CASTELNICOLAS2 - CISION 364667328
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

capitale Bangui, dans la préfecture de la Ouaka, contrôlée de fin 2014 à début 2021 par l'UPC.

Un *"accord tacite"*

Selon The Sentry, le chef de ce groupe armé, Ali Darassa, et celui qui était alors son numéro 2, Hassan Bouba Ali, principaux bénéficiaires de cet *"accord tacite"* avec la Sucaf RCA, sont responsables de l'attaque d'un camp de déplacés en novembre 2018 à Alindao, qui a fait au moins 112 morts, dont 19 enfants.

Plusieurs enquêtes visant des entreprises françaises ont déjà été ouvertes à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité.

BNP Paribas est visé pour son rôle lors de la guerre au Darfour et dans le génocide rwandais. Le cimentier Lafarge a lui été mis en examen, soupçonné d'avoir versé via une filiale des millions d'euros à des groupes terroristes, dont le groupe Etat islamique (EI), pour maintenir l'activité d'une cimenterie en Syrie en 2013 et 2014

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

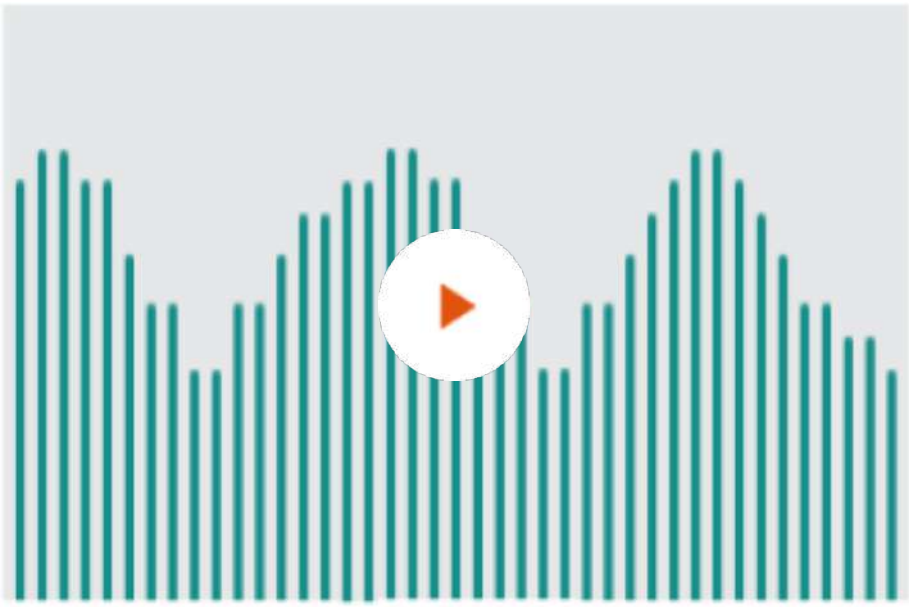
Radio FRA

RMC INFO TALK SPORT

Estelle Midi | RMC

1 Juillet 2022
Durée de l'extrait : **00:00:22**
Heure de passage : **13h03**
Disponible jusqu'au :
30 Aout 2022

ED **Estelle DENIS**



Résumé: Journal - Le parquet national antiterroriste ouvre une enquête pour complicité de crimes contre l'humanité visant le groupe Castel. Le géant français des boissons possède notamment les magasins Nicolas.

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
N.C
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
N.C

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220173752

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

france bleu

www.francebleu.fr

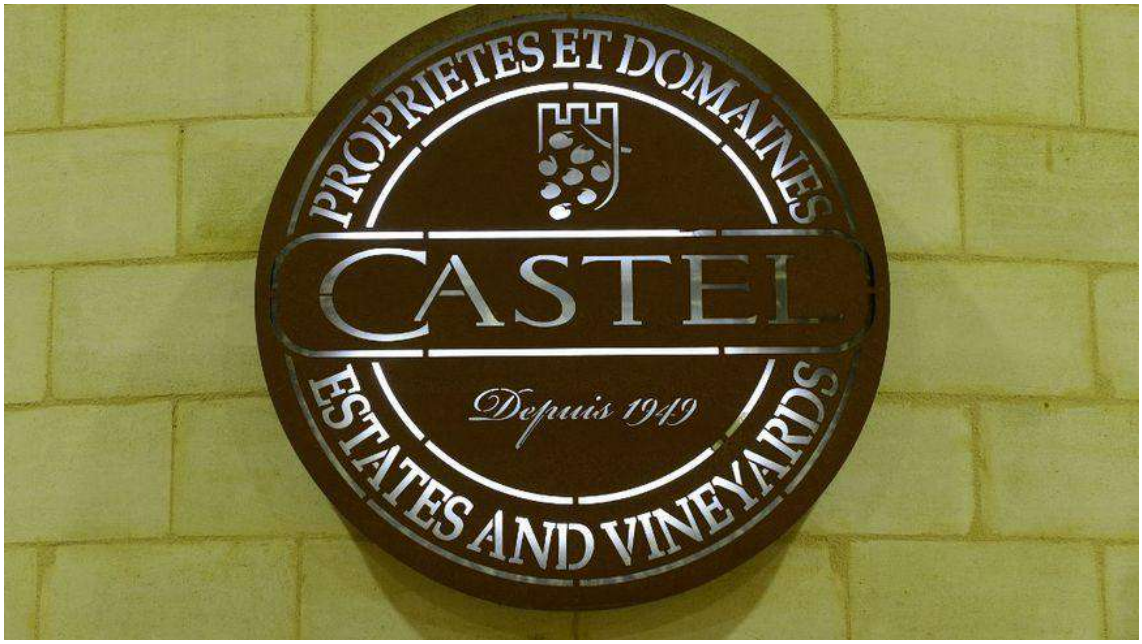
Famille du média : **Radios Nationales**
Audience : **5651502**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

1 Juillet 2022
Journalistes : **Stéphanie Brossard**
Nombre de mots : **2064**

Visualiser l'article

Gironde : le groupe Castel visé par une enquête pour complicité de crimes contre l'humanité en Centrafrique

L'ONG The Sentry accuse une filiale du groupe Castel dont le siège social est à Bordeaux, d'avoir soutenu financièrement des rebelles en Centrafrique pour sécuriser ses installations. Une enquête a été ouverte à Paris.



Le siège social de Castel est à Bordeaux © Radio France - HUGHES Hervé / hemis.fr

Une enquête a été ouverte à Paris **pour complicité de crimes contre l'humanité et de crimes de guerre** après le rapport publié par l'ONG The Sentry, spécialisée dans la traque de l'argent sale. L'enquête vise une filiale du géant français des boissons Castel, dont le siège social est à Bordeaux. Elle est accusée d'avoir **soutenu financièrement des rebelles en Centrafrique** pour sécuriser son *"usine et les champs de canne à sucre"* et *"tenter de protéger le monopole de la société"*.

Dans un communiqué transmis à l'AFP, Clémence Witt et Anaïs Sarron, les avocates de The Sentry, se réjouissent que le pôle crimes contre l'humanité du Parquet national antiterroriste ait ouvert *"une enquête préliminaire pour examiner l'éventuelle implication, en qualité de complices, des sociétés du groupe Castel et de leurs dirigeants dans la commission de crimes contre l'humanité et crimes de guerre perpétrés par des milices armées en République centrafricaine"* .

Castel qui détient plusieurs marques de vin telles que Baron de Lestac ou Listel et des enseignes comme le caviste Nicolas, est présent en Afrique où il produit des boissons gazeuses.

Plusieurs enquêtes visant des entreprises françaises ont déjà été ouvertes à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité. BNP Paribas est visé pour son rôle lors de la guerre au Darfour et dans le génocide rwandais. Le cimentier Lafarge a lui été mis en examen, soupçonné d'avoir versé via une filiale des millions d'euros à des groupes terroristes, dont le groupe Etat islamique (EI), pour maintenir l'activité d'une cimenterie en Syrie en 2013 et 2014.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web BEL

La Libre.be

www.lalibre.be

Famille du média : **Médias étrangers**
Audience : **2308278**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

1 Juillet 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3440**

Visualiser l'article

Une filiale du groupe Castel accusée de crimes contre l'humanité en Centrafrique

Une source proche du dossier a confirmé qu'une enquête préliminaire avait été ouverte mercredi.

©Shutterstock

Une enquête a été ouverte à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité et de crimes de guerre après un rapport accusant une filiale du géant français des boissons Castel d'avoir soutenu financièrement des rebelles en Centrafrique, ont annoncé vendredi à l'AFP les avocates de l'ONG The Sentry.

Une source proche du dossier a confirmé que cette enquête préliminaire avait été ouverte mercredi.

Un "arrangement sécuritaire"

En août 2021, The Sentry avait publié un rapport affirmant que Sucaf RCA, filiale de la Société d'organisation, de management et de développement des industries alimentaires et agricoles (Somdiaa), elle-même contrôlée à 87% par le groupe Castel, avait " *négocié un arrangement sécuritaire* " avec notamment l'Unité pour la paix en Centrafrique (UPC), un groupe armé accusé d'exactions.

CASTELNICOLAS2 - CISION 364659558

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Cet " *arrangement* " visait à " *sécuriser* " son " *usine et les champs de canne à sucre* " et " *tenter de protéger le monopole de la société* ", selon l'ONG spécialisée dans la traque de l'argent sale, cofondée par l'acteur américain George Clooney et le militant des droits humains John Prendergast.

En échange de la sécurisation du site, la Sucaf RCA a mis en place un " *système sophistiqué et informel pour financer les milices armées par des paiements directs et indirects en espèces, ainsi que par un soutien en nature sous forme d'entretien des véhicules et de fourniture de carburant* ", selon The Sentry.

Attitude de coopération

" *Nous nous réjouissons de l'ouverture de cette enquête, qui devrait permettre de faire toute la lumière sur les éventuelles responsabilités de sociétés et d'individus, notamment de nationalité française, dans la commission de crimes internationaux d'une extrême gravité* ", ont commenté dans un communiqué Mes Clémence Witt et Anaïs Sarron, les avocates de The Sentry.

" *Castel prend acte de l'ouverture de cette enquête* ", a de son côté déclaré à l'AFP une source proche du groupe, assurant que ce dernier était dans une " *attitude de coopération pleine et entière avec la justice* ".

Castel détient plusieurs marques de vin telles que Baron de Lestac ou Listel, ainsi que des enseignes comme le caviste Nicolas. Le groupe est également présent en Afrique où il produit notamment des boissons gazeuses.

" *Après une enquête interne très complète (huit mois d'enquête, 45.000 mails exploités, 22 auditions dont la moitié sur place à Bangui et Ngakobo) qui a totalement infirmé les allégations de The Sentry, le parquet veut savoir qui se cache derrière les témoins anonymes à charge sur la base desquels le rapport de l'ONG s'est déterminé* ", a pour sa part affirmé à l'AFP l'avocat de Somdia, Pierre-Olivier Sur.

Me Sur a dénoncé une " *tentative de déstabilisation d'un des derniers fleuron agro-alimentaire français en Afrique* " et assuré qu'un " *procès en dénonciation calomnieuse* " suivrait " *nécessairement* ".

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LE FIGARO.fr

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**
Audience : **22735056**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

1 Juillet 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3582**

www.lefigaro.fr

Visualiser l'article

Accusations visant une filiale en Centrafrique du groupe Castel: enquête à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité

Par Le Figaro avec AFP

Audio
:https://www.lefigaro.fr/flash-eco/accusations-visant-une-filiale-en-centrafrique-du-groupe-castel-enquete-a-paris-pour-complicite-de-crimes-contre-l-humanite-20220701

« *Nous nous réjouissons de l'ouverture de cette enquête, qui devrait permettre de faire toute la lumière sur les éventuelles responsabilités de sociétés et d'individus, notamment de nationalité française* ». EDUARDO SOTERAS / AFP

Une enquête a été ouverte à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité et de crimes de guerre après un rapport accusant une filiale du géant français des boissons Castel d'avoir soutenu financièrement des rebelles en Centrafrique, ont annoncé vendredi à l'AFP les avocates de l'ONG The Sentry. Une source proche du dossier a confirmé que cette enquête préliminaire avait été ouverte mercredi.

En août 2021, The Sentry avait publié un rapport affirmant que Sucaf RCA, filiale de la Société d'organisation, de management et de développement des industries alimentaires et agricoles (Somdiaa), elle-même contrôlée à 87% par le groupe Castel, avait « *négocié un arrangement sécuritaire* » avec notamment l'Unité pour la paix en Centrafrique (UPC), un groupe armé accusé d'exactions. Cet « *arrangement* » visait à « *sécuriser* » son « *usine et les champs de canne à sucre* » et « *tenter de protéger le monopole de la société* », selon l'ONG spécialisée dans la traque de l'argent sale, cofondée par l'acteur américain George Clooney et le militant des droits humains John Prendergast.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

En échange de la sécurisation du site, la Sucaf RCA a mis en place un « *système sophistiqué et informel pour financer les milices armées par des paiements directs et indirects en espèces, ainsi que par un soutien en nature sous forme d'entretien des véhicules et de fourniture de carburant* », selon The Sentry. « *Nous nous réjouissons de l'ouverture de cette enquête, qui devrait permettre de faire toute la lumière sur les éventuelles responsabilités de sociétés et d'individus, notamment de nationalité française, dans la commission de crimes internationaux d'une extrême gravité* », ont commenté dans un communiqué Mesdames Clémence Witt et Anaïs Sarron, les avocates de The Sentry.

« *Castel prend acte de l'ouverture de cette enquête* »

« *Castel prend acte de l'ouverture de cette enquête* », a de son côté déclaré à l'AFP une source proche du groupe, assurant que ce dernier était dans une « *attitude de coopération pleine et entière avec la justice* ».

Castel détient plusieurs marques de vin telles que Baron de Lestac ou Listel, ainsi que des enseignes comme le caviste Nicolas. Le groupe est également présent en Afrique où il produit notamment des boissons gazeuses. « *Après une enquête interne très complète (huit mois d'enquête, 45.000 mails exploités, 22 auditions dont la moitié sur place à Bangui et Ngakobo) qui a totalement infirmé les allégations de The Sentry, le parquet veut savoir qui se cache derrière les témoins anonymes à charge sur la base desquels le rapport de l'ONG s'est déterminé* », a pour sa part affirmé à l'AFP l'avocat de Somdia, Pierre-Olivier Sur. Pierre-Olivier Sur a dénoncé une « *tentative de déstabilisation d'un des derniers fleurons agroalimentaires français en Afrique* » et assuré qu'un « *procès en dénonciation calomnieuse* » suivrait « *nécessairement* ».

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Le Monde.fr

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**
Audience : **19355772**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

1 Juillet 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3241**

www.lemonde.fr

Visualiser l'article

Castel : une enquête ouverte à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité à la suite d'accusations visant une filiale du groupe en Centrafrique

Une filiale du géant français des boissons Castel est accusée d'avoir soutenu financièrement des rebelles en Centrafrique.

Une enquête a été ouverte à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité et de crimes de guerre après un rapport accusant une filiale du géant français des boissons Castel d'avoir soutenu financièrement des rebelles en Centrafrique, ont annoncé, vendredi 1 er juillet, à l'Agence France-Presse (AFP) les avocates de l'ONG The Sentry. Une source proche du dossier a confirmé que cette enquête préliminaire avait été ouverte mercredi.

En août 2021, The Sentry avait publié un rapport affirmant que Sucaf RCA, filiale de la Société d'organisation, de management et de développement des industries alimentaires et agricoles (Somdiaa), elle-même contrôlée à 87 % par le groupe Castel, avait *« négocié un arrangement sécuritaire »* avec, notamment, l'Unité pour la paix en Centrafrique (UPC), un groupe armé accusé d'exactions.

Cet *« arrangement »* visait à *« sécuriser »* son *« usine et les champs de canne à sucre »* et *« tenter de protéger le monopole de la société »* , selon l'ONG spécialisée dans la traque de l'argent sale, cofondée par l'acteur américain George Clooney et le militant des droits humains John Prendergast.

Financement des milices armées

En échange de la sécurisation du site, la Sucaf RCA a mis en place un *« système sophistiqué et informel pour financer les milices armées par des paiements directs et indirects en espèces, ainsi que par un soutien en nature sous forme d'entretien des véhicules et de fourniture de carburant »* , selon The Sentry.

Dans un communiqué Clémence Witt et Anaïs Sarron, les avocates de The Sentry, ont commenté :

Nous nous réjouissons de l'ouverture de cette enquête, qui devrait permettre de faire toute la lumière sur les éventuelles responsabilités de sociétés et d'individus, notamment de nationalité française, dans la commission de crimes internationaux d'une extrême gravité.

« Castel prend acte de l'ouverture de cette enquête » , a déclaré à l'AFP une source proche du groupe, assurant que ce dernier était dans une *« attitude de coopération pleine et entière avec la justice »* .

Castel détient plusieurs marques de vin, telles que Baron de Lestac ou Listel, ainsi que des enseignes, comme le caviste Nicolas. Le groupe est également présent en Afrique, où il produit notamment des boissons gazeuses.

L'avocat de Somdiaa, Pierre-Olivier Sur, a, pour sa part, affirmé à l'AFP :

Après une enquête interne très complète (huit mois d'enquête, 45 000 mails exploités, vingt-deux auditions, dont la moitié sur place à Bangui et Ngakobo), qui a totalement infirmé les allégations de The Sentry, le parquet veut savoir qui se cache derrière les témoins anonymes à charge sur la base desquels le rapport de l'ONG s'est déterminé.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

M. Sur a dénoncé une *« tentative de déstabilisation d'un des derniers fleurons agroalimentaires français en Afrique »* et assuré qu'un *« procès en dénonciation calomnieuse »* suivrait *« nécessairement »* .

CASTELNICOLAS2 - CISION 364664817

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web LBN

L'Orient LE JOUR

www.lorientlejour.com

Famille du média : **Médias étrangers**
Audience : **569006**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

1 Juillet 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **4833**

Visualiser l'article

Enquête pour complicité de crimes contre l'humanité après des accusations visant une filiale en Centrafrique de Castel

Un drapeau français. Photo AFP

Une enquête a été ouverte à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité et de crimes de guerre après un rapport de l'ONG The Sentry qui accuse une filiale du géant français des boissons Castel d'avoir soutenu financièrement des rebelles en Centrafrique pour sécuriser ses installations.

Dans un communiqué transmis à l'AFP, Me Clémence Witt et Me Anaïs Sarron, avocates de The Sentry, se sont "réjouies" que le pôle crimes contre l'humanité du Parquet national antiterroriste (Pnat) ait ouvert "une enquête préliminaire pour examiner l'éventuelle implication, en qualité de complices, des sociétés du groupe Castel et de leurs dirigeants dans la commission de crimes contre l'humanité et crimes de guerre perpétrés par des milices armées en République centrafricaine". L'enquête a été ouverte mercredi, selon une source proche du dossier, et confiée à l'Office central de lutte contre les crimes contre l'humanité et les crimes de haine (OCLCH).

En août 2021, The Sentry avait affirmé que Sucaf RCA, filiale de la Société d'organisation, de management et de développement des industries alimentaires et agricoles (Somdiaa), elle-même contrôlée à 87% par le groupe Castel, avait "négocié un arrangement sécuritaire" avec notamment l'Unité pour la paix en Centrafrique (UPC), un groupe armé accusé d'exactions.

Cet "arrangement" visait à "sécuriser" son "usine et les champs de canne à sucre" et "tenter de protéger le monopole de la société", selon l'ONG spécialisée dans la traque de l'argent sale. En échange de la sécurisation du site, la Sucaf RCA a mis en place un "système sophistiqué et informel pour financer les milices armées par des paiements directs et indirects en espèces, ainsi que par un soutien en nature sous forme d'entretien des véhicules et de fourniture de carburant", selon The Sentry. Castel est dans une "attitude de coopération pleine et entière avec la justice", a déclaré à l'AFP une source proche du groupe.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Ce dernier, qui détient plusieurs marques de vin telles que Baron de Lestac ou Listel et des enseignes comme le caviste Nicolas, est présent en Afrique où il produit des boissons gazeuses.

Enquête interne

"Après une enquête interne très complète (huit mois d'enquête, 45.000 mails exploités, 22 auditions dont la moitié sur place à Bangui et Ngakobo) qui a totalement infirmé les allégations de The Sentry, le parquet veut savoir qui se cache derrière les témoins anonymes à charge sur la base desquels le rapport de l'ONG s'est déterminé", a pour sa part affirmé l'avocat de Somdiaa, Pierre-Olivier Sur.Selon l'avocat, "une vingtaine d'ONG étaient sur place, n'ont jamais rien constaté, tandis qu'au contraire elles bénéficiaient des installations de Sucaf et que les activités de l'entreprise étaient en totale transparence avec l'ambassade de France, l'armée française (Sangaris) et les forces onusiennes (Minusca)".

Me Sur a dénoncé une "tentative de déstabilisation d'un des derniers fleurons agro-alimentaires francais en Afrique" et estimé qu'un "procès en dénonciation calomnieuse" suivrait. La Centrafrique, deuxième pays le moins développé au monde selon l'ONU, est plongée depuis 2013 dans une grave crise politico-militaire. A la suite d'une guerre civile, des pans entiers de territoires sont passés sous le contrôle de groupes rebelles qui en accaparent les ressources.

La raffinerie de la Sucaf RCA et les 5.137 ha de plantation de canne à sucre se trouvent à Ngakobo, à 400 km à l'est de la capitale Bangui, dans la préfecture de la Ouaka, contrôlée de fin 2014 à début 2021 par l'UPC. Selon The Sentry, le chef de ce groupe armé, Ali Darassa, et celui qui était alors son numéro 2, Hassan Bouba Ali, principaux bénéficiaires de cet "accord tacite" avec la Sucaf RCA, sont responsables de l'attaque d'un camp de déplacés en novembre 2018 à Alindao, qui a fait au moins 112 morts, dont 19 enfants.

Plusieurs enquêtes visant des entreprises françaises ont déjà été ouvertes à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité. La banque BNP Paribas est visé pour son rôle lors de la guerre au Darfour et dans le génocide rwandais. Le cimentier Lafarge a lui été mis en examen, soupçonné d'avoir versé via une filiale des millions d'euros à des groupes terroristes, dont le groupe Etat islamique (EI), pour maintenir l'activité d'une cimenterie en Syrie en 2013 et 2014.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

MEDIAPART

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**
Audience : **2150480**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

1 Juillet 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **2969**

www.mediapart.fr

Visualiser l'article

Accusations visant une filiale en Centrafrique du groupe Castel: enquête à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité

Une enquête a été ouverte à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité et de crimes de guerre après un rapport accusant une filiale du géant français des boissons Castel d'avoir soutenu financièrement des rebelles en Centrafrique, ont annoncé vendredi à l'AFP les avocates de l'ONG The Sentry.

Une source proche du dossier a confirmé que cette enquête préliminaire avait été ouverte mercredi.

En août 2021, The Sentry avait publié un rapport affirmant que Sucaf RCA, filiale de la Société d'organisation, de management et de développement des industries alimentaires et agricoles (Somdiaa), elle-même contrôlée à 87% par le groupe Castel, avait « négocié un arrangement sécuritaire » avec notamment l'Unité pour la paix en Centrafrique (UPC), un groupe armé accusé d'exactions.

Cet « arrangement » visait à « sécuriser » son « usine et les champs de canne à sucre » et « tenter de protéger le monopole de la société », selon l'ONG spécialisée dans la traque de l'argent sale, cofondée par l'acteur américain George Clooney et le militant des droits humains John Prendergast.

En échange de la sécurisation du site, la Sucaf RCA a mis en place un « système sophistiqué et informel pour financer les milices armées par des paiements directs et indirects en espèces, ainsi que par un soutien en nature sous forme d'entretien des véhicules et de fourniture de carburant », selon The Sentry.

« Nous nous réjouissons de l'ouverture de cette enquête, qui devrait permettre de faire toute la lumière sur les éventuelles responsabilités de sociétés et d'individus, notamment de nationalité française, dans la commission de crimes internationaux d'une extrême gravité », ont commenté dans un communiqué Mes Clémence Witt et Anaïs Sarron, les avocates de The Sentry.

« Castel prend acte de l'ouverture de cette enquête », a de son côté déclaré à l'AFP une source proche du groupe, assurant que ce dernier était dans une « attitude de coopération pleine et entière avec la justice ».

Castel détient plusieurs marques de vin telles que Baron de Lestac ou Listel, ainsi que des enseignes comme le caviste Nicolas. Le groupe est également présent en Afrique où il produit notamment des boissons gazeuses.

« Après une enquête interne très complète (huit mois d'enquête, 45.000 mails exploités, 22 auditions dont la moitié sur place à Bangui et Ngakobo) qui a totalement infirmé les allégations de The Sentry, le parquet veut savoir qui se cache derrière les témoins anonymes à charge sur la base desquels le rapport de l'ONG s'est déterminé », a pour sa part affirmé à l'AFP l'avocat de Somdia, Pierre-Olivier Sur.

Me Sur a dénoncé une « tentative de déstabilisation d'un des derniers fleuron agro-alimentaire français en Afrique » et assuré qu'un « procès en dénonciation calomnieuse » suivrait « nécessairement ».

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Charente Libre

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **168000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **02 juillet 2022 P.42**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **363**

CENTRAFRIQUE

Castel visé par une enquête pour complicité de crimes contre l'humanité

Une enquête a été ouverte à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité et de crimes de guerre après un rapport de l'ONG The Sentry qui accuse une filiale du géant français des boissons Castel d'avoir soutenu financièrement des rebelles en Centrafrique.

Castel, qui détient plusieurs marques de vin telles que Baron de Lestac ou Listel et des enseignes comme le caviste Nicolas, est présent en Afrique où il produit des boissons gazeuses.

En août 2021, The Sentry avait affirmé que Sucaf RCA, filiale de la Société d'organisation, de management et de développement des industries alimentaires et agricoles (Somdiaa), elle-même contrôlée à 87 % par le groupe Castel, avait *« négocié un arrangement sécuritaire »* avec notamment l'Unité pour la paix en Centrafrique (UPC), un groupe armé accusé d'exactions. Cet *« arrangement »* visait à *« sécuriser »* son *« usine et les champs de canne à sucre »* et *« tenter de protéger le monopole de la société »*, selon l'ONG.

Photo AFP

En échange de la sécurisation du site, la Sucaf RCA a mis en place un *« système sophistiqué et informel pour financer les milices armées par des paiements directs et indirects en espèces, ainsi que par un soutien en nature sous forme d'entretien des véhicules et de fourniture de carburant »*, selon The Sentry.

Lafarge en examen

« Après une enquête interne très complète (...) qui a totalement infirmé les allégations de The Sentry, le parquet veut savoir qui se cache derrière les témoins anonymes à charge sur la base desquels le rapport de l'ONG s'est déterminé », a pour sa part affirmé l'avocat de Somdiaa.

Plusieurs enquêtes de ce type visant des entreprises françaises ont déjà été ouvertes. BNP Paribas est visé pour son rôle lors de la guerre au Darfour et dans le génocide rwandais. Le cimentier Lafarge a lui été mis en examen, soupçonné d'avoir versé via une filiale des millions d'euros à des groupes terroristes, dont Daech, pour maintenir l'activité d'une cimenterie en Syrie.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **2164000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **Du 02 au 03 juillet 2022 P.2-2**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **97**

Enquête sur les activités du groupe Castel en Centrafrique

Une enquête a été ouverte à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité et de crimes de guerre, après un rapport accusant une filiale du géant français des boissons Castel d'avoir soutenu financièrement des rebelles en Centrafrique. Sucaf RCA, filiale du groupe Castel, aurait « négocié un arrangement sécuritaire » avec l'Unité pour la paix en Centrafrique (UPC), ce que ses avocats démentent. Castel détient plusieurs marques de vin, telles que Baron de Lestac ou Listel, ainsi que des enseignes comme le caviste Nicolas.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

www.africaradio.com

Famille du média : **Radios Nationales**
Audience : **12195**
Sujet du média : **Culture/Musique**

1 Juillet 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3113**

Visualiser l'article

Accusations visant une filiale en Centrafrique du groupe Castel: enquête à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité

8h36 par AFP

Une enquête a été ouverte à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité et de crimes de guerre après un rapport accusant une filiale du géant français des boissons Castel d'avoir soutenu financièrement des rebelles en Centrafrique, ont annoncé vendredi à l'AFP les avocates de l'ONG The Sentry.

Une source proche du dossier a confirmé que cette enquête préliminaire avait été ouverte mercredi. En août 2021, The Sentry avait publié un rapport affirmant que Sucaf RCA, filiale de la Société d'organisation, de management et de développement des industries alimentaires et agricoles (Somdiaa), elle-même contrôlée à 87% par le groupe Castel, avait "négocié un arrangement sécuritaire" avec notamment l'Unité pour la paix en Centrafrique (UPC), un groupe armé accusé d'exactions. Cet "arrangement" visait à "sécuriser" son "usine et les champs de canne à sucre" et "tenter de protéger le monopole de la société", selon l'ONG spécialisée dans la traque de l'argent sale, cofondée par l'acteur américain George Clooney et le militant des droits humains John Prendergast. En échange de la sécurisation du site, la Sucaf RCA a mis en place un "système sophistiqué et informel pour financer les milices armées par des paiements directs et indirects en espèces, ainsi que par un soutien en nature sous forme d'entretien des véhicules et de fourniture de carburant", selon The Sentry. "Nous nous réjouissons de l'ouverture de cette enquête, qui devrait permettre de faire toute la lumière sur les éventuelles responsabilités de sociétés et d'individus, notamment de nationalité française, dans la commission de crimes internationaux d'une extrême gravité", ont commenté dans un communiqué Mes Clémence Witt et Anaïs Sarron, les avocates de The Sentry. "Castel prend acte de l'ouverture de cette enquête", a de son côté déclaré à l'AFP une source proche du groupe, assurant que ce dernier était dans une "attitude de coopération pleine et entière avec la justice". Castel détient plusieurs marques de vin telles que Baron de Lestac ou Listel, ainsi que des enseignes comme le caviste Nicolas. Le groupe est également présent en Afrique où il produit notamment des boissons gazeuses. "Après une enquête interne très complète (huit mois d'enquête, 45.000 mails exploités, 22 auditions dont la moitié sur place à Bangui et Ngakobo) qui a totalement infirmé les allégations de The Sentry, le parquet veut savoir qui se cache derrière les témoins anonymes à charge sur la base desquels le rapport de l'ONG s'est déterminé", a pour sa part affirmé à l'AFP l'avocat de Somdia, Pierre-Olivier Sur. Me Sur a dénoncé une "tentative de déstabilisation d'un des derniers fleuron agro-alimentaire français en Afrique" et assuré qu'un "procès en dénonciation calomnieuse" suivrait "nécessairement".

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**
Audience : **5330865**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

2 Juillet 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **4885**

www.liberation.fr

Visualiser l'article

Le groupe français Castel visé par une enquête pour crimes contre l'humanité en Centrafrique

Une enquête a été ouverte à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité et de crimes de guerre après un rapport accusant une filiale du géant français des boissons Castel d'avoir soutenu financièrement des rebelles en Centrafrique.

Un combattant de l'Union pour la paix en Centrafrique (UPC), un groupe armé à dominante peule, sur la route nationale 2 entre Bambari et Alindao. (Alexis Huguet/Hans Lucas/Libération)

par LIBERATION et AFP

L'association le réclamait depuis bientôt un an. Une enquête a été ouverte à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité et de crimes de guerre après un rapport accusant une filiale du géant français des boissons Castel d'avoir soutenu financièrement des rebelles en Centrafrique, annoncent ce vendredi les avocates de l'ONG The Sentry. Une source proche du dossier a confirmé que cette enquête préliminaire avait été ouverte mercredi.

En Centrafrique, le puissant groupe français Castel est éclaboussé par un scandale révélé en août 2021 par l'ONG The Sentry. Co fondée par l'acteur George Clooney, l'organisation américaine enquête sur les affaires de corruption en Afrique centrale. Dans son dernier rapport, elle mettait en lumière un accord secret passé entre une filiale du groupe Castel et les

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

rebelles de l'Unité pour la paix en Centrafrique (UPC), soupçonnés d'avoir commis plusieurs massacres pendant la guerre civile qui déchire le pays jusqu'à aujourd'hui.

Un «arrangement» visant à «sécuriser» une «usine et les champs de canne à sucre»

The Snetry affirmait ainsi que Sucaf RCA, filiale de la Société d'organisation, de management et de développement des industries alimentaires et agricoles (Somdiaa), elle-même contrôlée à 87 % par le groupe Castel, avait *«négocié un arrangement sécuritaire»* avec notamment l'Unité pour la paix en Centrafrique (UPC), un groupe armé accusé d'exactions. Cet *«arrangement»* visait à *«sécuriser»* son *«usine et les champs de canne à sucre»* et *«tenter de protéger le monopole de la société»* , selon l'ONG spécialisée dans la traque de l'argent sale. En échange de la sécurisation du site, la Sucaf RCA a mis en place un *«système sophistiqué et informel pour financer les milices armées par des paiements directs et indirects en espèces, ainsi que par un soutien en nature sous forme d'entretien des véhicules et de fourniture de carburant»* , selon The Sentry.

«Nous nous réjouissons de l'ouverture de cette enquête, qui devrait permettre de faire toute la lumière sur les éventuelles responsabilités de sociétés et d'individus, notamment de nationalité française, dans la commission de crimes internationaux d'une extrême gravité» , ont commenté dans un communiqué Mes Clémence Witt et Anaïs Sarron, les avocates de The Sentry.

«Castel prend acte de l'ouverture de cette enquête» , a de son côté déclaré une source proche du groupe, assurant que ce dernier était dans une *«attitude de coopération pleine et entière avec la justice»* . Castel détient plusieurs marques de vin telles que Baron de Lestac ou Listel, ainsi que des enseignes comme le caviste Nicolas. Le groupe est également présent en Afrique où il produit notamment des boissons gazeuses.

«Après une enquête interne très complète (huit mois d'enquête, 45 000 mails exploités, 22 auditions dont la moitié sur place à Bangui et Ngakobo) qui a totalement infirmé les allégations de The Sentry, le parquet veut savoir qui se cache derrière les témoins anonymes à charge sur la base desquels le rapport de l'ONG s'est déterminé» , a pour sa part affirmé l'avocat de Somdia, Pierre-Olivier Sur. Ce dernier dénonce une *«tentative de déstabilisation d'un des derniers fleurons agroalimentaire français en Afrique»* et assuré qu'un *«procès en dénonciation calomnieuse»* suivrait *«nécessairement»* .

The Sentry demandait qu'une enquête soit ouverte en France par le parquet national antiterroriste pour le financement d'un groupe armé ayant commis des crimes de guerre, ce qui n'est pas encore le cas à ce jour dans cette affaire. S'il est très rare qu'une entreprise française soit poursuivie pour ses activités à l'étranger, en 2018 pour la première fois, le parquet avait accepté de traiter une telle affaire. La société Lafarge était accusée d'avoir passé un accord similaire avec l'organisation Etat islamique en Syrie.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

DL DORDOGNE LIBRE

Famille du média : **PQR/PQD**
(Quotidiens régionaux)

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **25000**

Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **02 juillet 2022 P.9**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **330**

Castel visé par une enquête pour complicité de crimes contre l'humanité

Centrafrique

Une enquête a été ouverte à Paris pour complicité de crimes contre l'humanité et de crimes de guerre après un rapport de l'ONG The Sentry qui accuse une filiale du géant français des boissons Castel d'avoir soutenu financièrement des rebelles en Centrafrique.

Castel, qui détient plusieurs marques de vin telles que Baron de Lestac ou Listel et des enseignes comme le caviste Nicolas, est présent en Afrique où il produit des boissons gazeuses.

En août 2021, The Sentry avait affirmé que Sucaf RCA, filiale de la Société d'organisation, de management et de développement des industries alimentaires et agricoles (Somdiaa), elle-même contrôlée à 87% par le groupe Castel, avait

«négocié un arrangement sécuritaire»

avec notamment l'Unité pour la paix en Centrafrique (UPC), un groupe armé accusé d'exactions. Cet

«arrangement»

visait à

«sécuriser»

son

«usine et les champs de canne à sucre»

et

«tenter de protéger le monopole de la société»,

selon l'ONG.

En échange de la sécurisation du site, la Sucaf RCA a mis en place un

«système sophistiqué et informel pour financer les milices armées par des paiements directs et indirects en espèces, ainsi que par un soutien en nature sous forme d'entretien des véhicules et de fourniture de carburant»

, selon The Sentry.

«Après une enquête interne très complète (...) qui a totalement infirmé les allégations de The Sentry, le parquet veut savoir qui se cache derrière les témoins anonymes à charge sur la base desquels le rapport de l'ONG s'est déterminé»

, a pour sa part affirme l'avocat de Somdiaa.

Plusieurs enquêtes de ce type visant des entreprises françaises ont déjà été ouvertes. BNP Paribas est visé pour son rôle lors de la guerre au Darfour et dans le génocide rwandais. Le cimentier Lafarge a lui été mis en examen, soupçonné d'avoir versé via une filiale des millions d'euros à des groupes terroristes, dont Daech, pour maintenir l'activité d'une cimenterie en Syrie.

Photo AFP

Photo AFP

0fMDcEbU01JVlWG1Su5vjUakBH0zvmT3C6J-iPVJBAuPuVeppmPKXo7EpGr6MQhi7NjM4

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

SUD OUEST
www.sudouest.com

Famille du média : **PQR/PQD**
(Quotidiens régionaux)
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **1015000**
Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **09 juillet 2022 P.16**
Journalistes : **Rémi Laxague**
Nombre de mots : **868**

PAU

Un nouveau caviste en centre-ville complètement vin-vin !

Dominique Paulin est caviste depuis 2014. Il ouvre ce samedi sa nouvelle cave à vins, Complètement vin-vin, en face des Halles. Il nous a accueillis la veille de l'ouverture

Rémi Laxague
pau@sudouest.fr

Le nouveau caviste palois Dominique Paulin a présenté à sa façon son établissement Complètement vin-vin, en face des Halles. DOMINIQUE PAULIN

« Que c'est beau ! », « Très bien réalisé ! » Devant l'enseigne, encore en chantier, de Dominique Paulin, les passants ne tarissent pas d'éloges. L'homme de 56 ans nous a accueillis la veille de l'ouverture dans sa nouvelle cave à vins, Complètement vin-vin, au centre de Pau.

L'établissement de 70 m² accueille près de 300 références, « presque essentiellement des vins de vignerons français ». « Nous ne voulions pas faire de la grande distribution, mais privilégier la qualité » commente-t-il. La cave compte également 80 spiritueux, parmi lesquels des whiskys français, mais aussi canadiens et américains, et près d'une quarantaine de bières. Elle abritera principalement des vins originaux, « qu'on ne trouve pas ailleurs, dans les autres établissements de la ville » précise-t-il.

> « J'aime le contact humain, donc tout ça a été très naturel pour moi »

Dans la boutique, si quelques aménagements sont encore en travaux, la structure globale est là, « épurée, soignée », selon ses mots. Le commerçant se dit « serein » avant l'ouverture de sa cave ce samedi. Il reconnaît pourtant avoir travaillé sa « connaissance du vin, jusqu'à apprendre la géographie viticole française » afin de se préparer au mieux à l'inauguration.

Le vin comme passion

Avant d'exercer sa passion, Dominique travaillait en tant que directeur artistique et graphiste jusqu'en 2014. C'est de cette expérience passée qu'il tire son exigence quant à l'image de son établissement. « Je sais que je suis pointilleux à ce sujet, mais c'est vrai que je me soucie beaucoup de l'apparence de mon commerce. Davantage que de la mienne en fait », sourit-il. Au sein de la cave, chaque compartiment a effectivement été dessiné afin de faciliter l'accès des clients aux produits. « Les clients n'ont qu'à jeter un œil aux bouteilles et à se servir directement afin de voir de plus près de quoi il s'agit. »

En 2014 donc, Dominique se lançait dans sa reconversion, « afin de continuer à faire un métier dans lequel je n'ai pas l'impression de travailler ». C'est en effet « sans formation, mais avec passion et goût » qu'il s'est orienté vers le domaine viticole. « Je suis un bon vivant, j'aime bien manger et bien boire et puis je me sens à l'aise avec les gens, j'aime le contact humain donc tout ça a été très naturel pour moi. »

En 2015, aidé par quelques amis, il ouvre une première cave, dans la région parisienne, qu'il vend finalement en 2020. Une autre ouvrira, en décembre 2019, à Maisons-Alfort dans le Val-de-Marne. Cette cave, toujours active, lui permet d'envisager plus sereinement la suite. Après en avoir laissé une part de la propriété à son confrère, il se tourne vers le Sud-Ouest, « parce que j'avais fait un peu le tour à Paris ». C'est finalement à Pau, en face des Halles, qu'il atterrit avec la certitude d'y trouver un emplacement de choix.

« Je viens en paix ! »

Arrivé à Pau il y a près d'un an, en septembre 2021, Dominique Paulin sait bien que la préfecture des Pyrénées-Atlantiques abrite déjà plusieurs caves à vins, parmi lesquelles les caves du Palais, du Berry, les caves Bacqué, Nicolas ou Snug. Mais l'homme a su soigner son approche, afin de s'intégrer au mieux dans l'activité locale. « Je suis parti voir les différents cavistes, avec qui je m'entends désormais très bien, pour parler de mon projet. Je leur ai aussi dit que je venais en paix » s'amuse-t-il. « Je pense qu'il y a de la place pour tout le monde ici et qu'il est tout à fait possible de cohabiter. »

Dominique Paulin sait également qu'il pourra compter sur ses relations avec les autres commerçants, notamment ceux des Halles, pour permettre de faire croître son activité. « Je ne me pose pas de limites. Pour l'instant, je suis seul à gérer ma cave, mais si les affaires marchent bien, je peux être amené à embaucher du monde. » Il poursuit : « Je prévois des activités qui viendront animer l'établissement comme des rencontres avec des vignerons ». Le caviste pense aussi à élargir son commerce à la restauration, en proposant une vente de pâtés et de produits régionaux.

La cave Complètement vin-vin ouvrira ses portes aux clients du mardi au dimanche, de 9 heures à 19 heures.

UN AUTRE ÉTABLISSEMENT VITICOLE A OUVERT À PAU

La capitale béarnaise serait-elle en train de devenir une place forte du vin ? Le 27 juin dernier, ouvrait l'Oeno Bar, dans le quartier du Triangle. L'établissement est né d'un projet commun entre Benoît Bizot, patron des tourtières du même nom, et de Coralie, commerçante paloise. L'établissement, ouvert en soirée (19 heures - 2 heures), du mardi au samedi, propose une sélection de vins, mais aussi des fromages et de la charcuterie locale.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **910000**

Sujet du média : **Sports**

Edition : **Juillet 2022 P.36-39**

Journalistes : **Théo Troude**

Nombre de mots : **1430**

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3265833600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

À L'AFFICHE
Haise

HAISE, MONSIEUR VIN SUR VIN

Passionné par l'univers du vin, l'entraîneur du RC Lens, surnommé "l'œnologue" par ses amis, profite de ses vacances pour rendre visite à des producteurs tout en se montrant redoutable lors des dégustations à l'aveugle.

Par
Théo Troude, à Arras

Photos
Sébastien Boué/L'Équipe

La dégustation à l'aveugle est le seul terrain sur lequel Franck Haise ne perd jamais. Même à quarante-huit heures d'un choc pour l'Europe face à Monaco, ultime journée de Ligue 1 (2-2, le 21 mai). Ici, à la table de son caviste préféré, privé de réseau téléphonique, l'entraîneur oublie le football. Trois secondes pour sentir, quatre pour savourer, puis l'analyse d'un vin blanc peut débuter. "C'est une région de soleil, mais il y a de la fraîcheur en bouche. C'est équilibré et gourmand. Un assemblage de deux cépages. Il y a du Languedoc là-dedans. Sûrement vermentino. Et l'autre est très aromatique. Viognier ?"

Debout, en face, Bertrand Lejeune nous lance un regard désabusé, en dévoilant une bouteille de côtes-de-thongue. "Oui, c'est ça, lâche le responsable de l'établissement *La Dame Jeanne*, à Arras. Ce niveau-là, ce n'est juste pas possible... Je rappelle qu'il y a 250 variétés de raisin en France, ce qu'on appelle des cépages. Cela fait huit ans qu'on a ouvert avec Céline, mon épouse, et Franck fait partie de notre top 3 en dégustation." Une première victoire pour le coach après seulement dix minutes sur place. "Ah, bah, on n'est pas là pour rigoler !", répond ce client particulier, présent une fois tous les deux mois. •••

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Lorsqu'il a intégré l'effectif pro de Rouen, Frank Haise a pu assouvir (avec modération) sa passion pour le vin lors des mises au vert. Chez son caviste Bertrand Lejeune (ci-dessous), à Arras, le coach lensois se montre intraitable en matière de dégustation. Le Normand dispose également de sa propre cave, particulièrement bien ordonnée, où sont disposées ses quelque 700 bouteilles.

••• Le vin rouge ne résiste pas non plus. "Puissance, épices et poivre", ont permis à Haise de reconnaître la syrah, cépage caractéristique du côtes-du-rhône. Le technicien de 51 ans ne vient pourtant pas d'une région viticole mais de Normandie. "Mon premier lien avec le vin remonte à mon grand-père paternel. Dans les années 1960-1970, c'était le premier crémier de la région de Rouen à posséder un corner des vins Nicolas. Et, avec mes cousins, on faisait des parties de cache-cache dans les caves où il faisait vieillir son fromage. Où il y avait, aussi, des tonneaux."

Un verre avant chaque match

Les bases sont posées, la passion naîtra une fois le palais affiné. "Au moment où j'ai intégré les pros du FC Rouen, à 18 ans, il y avait une petite tradition, se souvient l'ancien milieu de terrain. Les veilles de match de D2, le staff et les joueurs partageaient toujours une bouteille lors des mises au vert. Et au même moment, ma mère s'est remise en couple, avec un homme qui appréciait l'œnologie. J'ai commencé à goûter, et surtout à lire. Je me suis abonné à *la Revue du vin de France*."

Les premières foires au vin sont un bonheur, puis Haise achète ses premières bouteilles... le matin d'un match. "On joue à Louhans-Cuiseaux, en 1991, j'ai 20 ans. On fait une promenade classique. Sauf qu'on est à côté de Chalon-sur-Saône, un coin plutôt pas mal quand on parle de vin. On s'est arrêtés dans une cave, et j'ai acheté un mercurey du domaine Yves et Loïc de Suremain. Je l'ai encore en tête. La passion est devenue tellement forte, j'avais déjà appris tant de choses que je choisissais le vin pour le vestiaire."

C'est à Laval, où Franck Haise débarque en 1995, que l'amour du terroir trouvera une nouvelle dimension. "J'ai rencontré un caviste qui venait d'ouvrir, Hubert Notais. C'était juste en bas de ma rue. On s'entraînait souvent le matin, je faisais une sieste de 14 heures à 15 heures, et j'y passais trois après-midi par semaine, pendant trois heures. On ne dégustait pas avant le week-end, parce que j'étais sportif de haut niveau, il ne faut pas abuser des bonnes choses. Mais on parlait. On est devenus amis, puis on a créé "le club des vin(gt)s".

"Vivre sans le foot m'embêterait, mais sans le vin aussi"

Par rapport au vin, et parce qu'on ne voulait pas être plus de vingt. On avait un boucher-charcutier. Parce qu'un vin ne se boit pas seul, dans tous les sens du terme."

Le premier caviste-joueur

Et, fait méconnu de sa carrière, Franck Haise est devenu caviste-joueur. "Hubert s'en allait parfois déguster. Il partait deux jours, la cave restait ouverte. C'est moi qui la gérais. Je faisais le boulot du caviste, alors que j'étais joueur professionnel. Les clients fidèles avaient l'habitude de me voir. Je leur disais juste une chose : je vous conseille sur ce que vous voulez, je vous encaisse, mais ne me demandez pas de papier cadeau, je ne sais pas faire." Le Normand est alors sur le point d'ouvrir un bar à vin avec son ami. "On avait réfléchi à tout, mais je voulais entraîner."

Sa carrière de joueur s'achèvera finalement par deux années à Angers, de 2002 à 2004. Enfin une terre viticole. Forcément, Haise en a profité. "La première saison, on a été champions de National. J'ai emmené toute l'équipe chez Claude Papin, un viticulteur qui produisait du savennières, du coteaux-du-layon, de l'anjou. En cours de saison, déjà, j'avais organisé une dégustation. Les gars s'en souviennent encore."

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3265833600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

À cette époque, les deux enfants du tacticien sont encore en bas âge. Les vacances se déroulent alors en France. Une aubaine. "Le Rhône, Bandol, Collioure, le Bordelais... Il y avait toujours la visite d'un ou deux producteurs au programme." Le calendrier de l'été 2022 est établi dans cette lignée. Dès le Championnat terminé, Franck Haise est parti en Bretagne, chez des cavistes de Dinard devenus des amis. "On arrive dimanche soir avec mon épouse, on ne dépose même pas les valises, on va chez eux." Puis il s'est envolé pour le Canada, où réside sa fille Lola, 23 ans. Le vin toujours à l'esprit. "Il font de bons chardonnays. Et comme je déguste surtout du vin français, je m'ouvrirai à l'étranger. Il ne faut pas avoir qu'une religion!"

Jusqu'à 1 200 bouteilles à la maison

Au fil des clubs, "l'œnologue" s'est créé une cave à la hauteur de sa réputation. "À la fin de ma carrière, j'avais 1200 bouteilles. Aujourd'hui, j'en ai 700, plus une cinquantaine de grands formats." Un trésor qu'il faut forcément gérer. "Maël, mon cadet *(défenseur au niveau universitaire, aux États-Unis)*, déguste depuis peu. Il a 20 ans. Il faudra bien qu'il s'occupe un jour de ma cave quand je ne serai plus là!"

"Je vous conseille, je vous encaisse, mais ne me demandez pas de papier cadeau, je ne sais pas faire"

Niveau tactique, celle-ci est aussi bien organisée que le 3-4-1-2 lensois. "Il y a quatre murs. J'en ai trois, mon beau-père en a un, et au milieu on a construit une allée, dont chacun a obtenu un côté. Celui de gauche, c'est pour les vins de l'Ouest : Loire, Bordeaux, quelques vins étrangers. Il y a ensuite le coin pour les grands formats. Un pour les liquoreux, un autre pour les Loire secs, parce que j'aime beaucoup le chenin, le sauvignon, le sancerre, le muscadet. Le mur du fond à droite, ce ne sont que des blancs : riesling, jurançon, vins du Jura, de Savoie. Et l'allée centrale, c'est toute la partie Est : Languedoc-Roussillon, Provence, parce que j'aime beaucoup Bandol. Et surtout le châteauneuf-du-pape, que j'adore pardessus tout."

La collection sera peut-être agrémentée de bières, une spécialité que Franck Haise a appris à aimer à Lens, depuis 2017. "Je n'en buvais pas du tout avant. Puis j'ai goûté mes premières triples *(plus fortes en malt)*. Elles ont du caractère, du fruit, elles sont riches. Bon, quand tu en as bu trois ou quatre, il faut calmer le jeu. Mais de temps en temps, que c'est bon!"

Et dans le vestiaire, sa passion pour le vin n'est pas un cas isolé. "Jean-Louis Leca, Corentin Jean et quelques autres s'intéressent eux aussi à l'œnologie. Pour l'instant, on ne fait qu'en discuter. Mais on dégustera peut-être un jour, si on se qualifie pour une Coupe d'Europe." De quoi motiver une équipe passée proche ces deux dernières saisons, septième à chaque fois : "Si on y arrive, il n'y aura pas qu'une bouteille..."

Une fois ses objectifs atteints, l'entraîneur pourrait se rapprocher des vignes. "Vivre sans le foot m'embêterait, mais sans le vin, tout autant. Avec le temps, il y a des choses sur lesquelles je ne transigerai pas, donc je déciderai peut-être d'arrêter. J'ai déjà pensé à reprendre un vignoble. Ce serait exceptionnel. Mais ça nécessite des investissements colossaux. Si ça ne se fait pas, je prendrai ma retraite et j'irai déguster à Dinard." **T. T.**

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3265833600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Le Monde.fr

www.lemonde.fr

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**
Audience : **19355772**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

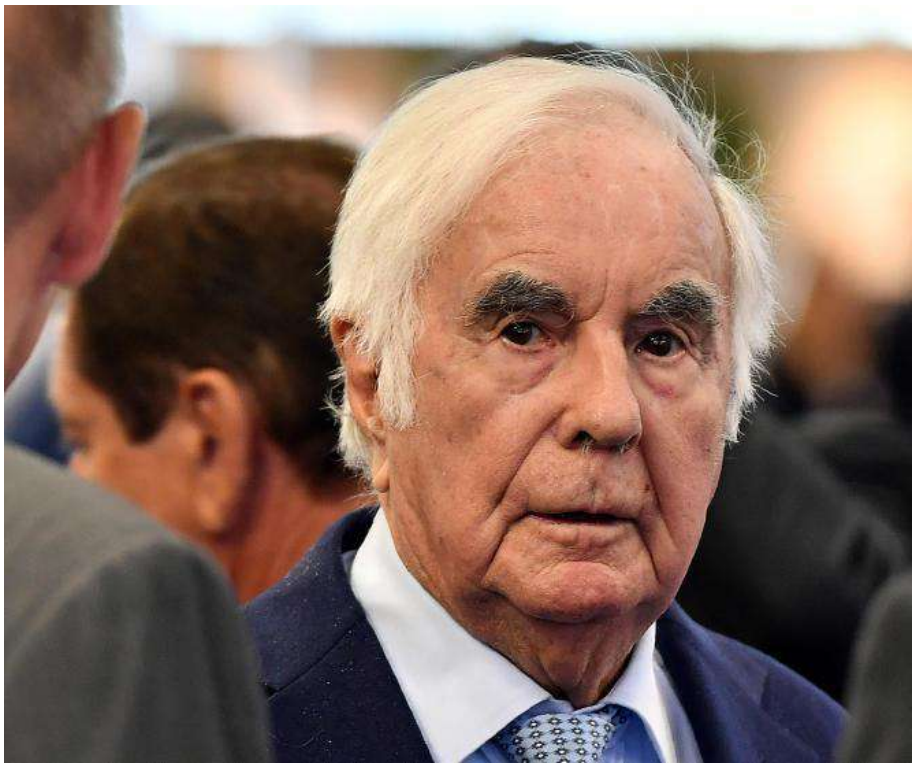
12 Juillet 2022
Journalistes : **Cyril Bensimon**
Nombre de mots : **14089**

Visualiser l'article

Centrafrique : le groupe Castel sous le coup d'une enquête pour complicité de crimes contre l'humanité

Le Parquet national antiterroriste a ouvert une enquête préliminaire contre le géant des boissons, dont l'essentiel de la richesse s'est construit en Afrique.

Pour ne rien manquer de l'actualité africaine, inscrivez-vous à la newsletter du « Monde Afrique » depuis ce lien.
Chaque samedi à 6 heures, retrouvez une semaine d'actualité et de débats traitée par la rédaction du « Monde Afrique ».



Pierre Castel, dirigeant du Groupe Castel, lors du salon du vin Vinexpo à Bordeaux, en mai 2019. GEORGES GOBET / AFP

C'est le type d'affaire qui donne des sueurs froides à tous les entrepreneurs et industriels qui investissent dans des pays en guerre et se trouvent confrontés à l'épineuse question du moment où il devient nécessaire de suspendre son activité pour ne pas se rendre complice des agissements des belligérants.

Après la confirmation en mai par la cour d'appel de Paris de la mise en examen pour *« complicité de crimes contre l'humanité »* du cimentier Lafarge, soupçonné d'avoir versé en Syrie près de 13 millions d'euros entre 2013 et 2014 à l'organisation Etat islamique, à d'autres groupes armés et à des intermédiaires, un autre fleuron industriel français se trouve aujourd'hui dans le collimateur de la justice.

Lire aussi : Article réservé à nos abonnés
Revers pour Lafarge dans les poursuites pour ses liens avec des groupes terroristes en Syrie

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Les sommes en jeu et les implications géostratégiques sont sans commune mesure mais, mercredi 29 juin, le Parquet national antiterroriste (PNAT) a ouvert une enquête préliminaire sur de mêmes accusations de *« complicité de crimes contre l'humanité »* et de *« complicité de crimes de guerre »* visant cette fois le groupe Castel en Centrafrique .

Aucune plainte n'avait pourtant été déposée au préalable contre ce géant des boissons, parmi les premiers producteurs et négociants mondiaux de vin. Connue en France pour ses marques Listel, La Villageoise ou le caviste Nicolas, la marque a construit l'essentiel de la richesse en Afrique sous l'impulsion de son président-fondateur Pierre Castel, 95 ans et neuvième fortune française avec sa famille selon le classement 2021 du magazine *Challenges* .

« Un arrangement sécuritaire »

La vice-procureure Aurélie Belliot du pôle crimes contre l'humanité, crimes et délits de guerre du PNAT s'est fondée sur les conclusions d'un rapport déposé par l'ONG The Sentry cofondée par l'acteur américain George Clooney , quelques jours après sa publication en août 2021. L'organisation accuse la Sucrerie africaine de Centrafrique (Sucaf RCA), filiale de la Société d'organisation de management et de développement des industries alimentaires et agricoles (Somdiaa) détenue à plus de 87 % par le groupe Castel, d'avoir négocié fin 2014 *« un arrangement sécuritaire »,* maintenu jusqu'en mars 2021, avec l'Unité pour la paix en Centrafrique (UPC). Une milice locale impliquée dans des exactions de masse.

The Sentry, qui s'est donné pour mission de traquer les *« réseaux de prédateurs internationaux qui profitent des conflits violents, de la répression et de la kleptocratie »,* soutient que la Sucaf RCA a *« mis en place un système sophistiqué et informel pour financer les milices armées par des paiements directs et indirects en espèces, ainsi que par un soutien en nature sous forme d'entretien des véhicules et de fourniture de carburant ».*

En contrepartie de *« cet accord tacite, les leaders de l'UPC se sont engagés à sécuriser l'usine et les champs de canne à sucre de la Sucaf RCA* [situés dans le village de Ngakobo, à plus de 400 kilomètres au nord-est de Bangui] *et à garantir la libre circulation sur les axes routiers clés, nécessaires à l'approvisionnement de l'usine ».*

Les patrons de ce groupe politico-militaire se seraient également employés à *« protéger le monopole de la société sur la distribution du sucre dans plusieurs préfectures du pay* s *, notamment par la saisie forcée du sucre de contrebande ».*

Cette relation *« gagnant-gagnant »* , selon le vocabulaire en vogue du monde des affaires, se serait construite sur un territoire abandonné par l'Etat centrafricain, où la seule possibilité de maintenir une activité implique d'inévitables arrangements avec les autorités de fait, le plus souvent des chefs de guerre pour qui la protection des droits humains est un concept aussi abstrait que le partage équitable des richesses avec les populations.

« Protéger leurs investissements »

« La question qui se pose pour les entreprises est à quel moment on passe de la survie à la complicité. En Centrafrique, certaines entreprises ont dû payer pour échapper à la vague de pillage de la Séléka [la coalition rebelle qui avait pris le pouvoir en mars 2013 à Bangui et dont l'UPC est issue] *et protéger leurs investissements, mais cela tombe sous le coup de la loi lorsqu'il s'agit d'une collaboration qui dure six ans »,* explique la chercheuse Nathalia Dukhan.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Les investigations de cette dernière pour The Sentry ont débuté par une cartographie de la prédation des différents groupes armés évoluant en Centrafrique. *« C'est là,* précise-t-elle *, que Castel est apparu comme source de financement de l'UPC, mais aussi des anti-balaka* [leur ennemi] *, employés sur le site de la Sucaf RCA, et donc comme un élément de perpétuation du conflit. »*

Dans le paysage des écorcheurs de la Centrafrique, l'UPC est un cas un peu à part. Celle-ci est officiellement née en octobre 2014 mais son chef, Ali Darassa, est déjà alors un habitué de la lutte armée dans ce pays. Son credo principal : la défense des communautés peules dans la partie sud-est de la Centrafrique et la protection des couloirs de transhumance du bétail, source d'importants revenus pour sa faction.

Deux chefs de brigade de l'Unité pour la paix en Centrafrique (UPC), une milice locale impliquée dans des exactions de masse, dans la ville de Bokolobo, au nord-est de Bangui, en mars 2019. FLORENT VERGNES / AFP

« Une razzia systématique »

Mais le bouclier qu'il loue aux uns s'accompagne d'innommables violences sur d'autres. L'UPC s'est notamment rendue responsable d'un des pires carnages commis depuis le début du conflit centrafricain. Le 15 novembre 2018, ses hommes attaquent un camp de déplacés à Alindao, qu'ils considèrent comme un bastion d'anti-balaka. Une centaine de personnes sont massacrées.

The Sentry estime que l'ensemble des paiements aux deux chefs de l'UPC représente près de 150 millions de francs CFA, soit

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

l'équivalent de 230 000 euros

« Le site de déplacés a été rayé de la carte, brûlé. C'est un vide total. Les gens sont partis en brousse. L'attaque a été rapide, imprévisible. Beaucoup de ceux qui sont morts sont des enfants, des malades ou des personnes âgées. Ceux qui pouvaient fuir ont fui pendant que les assaillants brûlaient et pillaient le camp ; Ils ont incendié, tiré à balles réelles. Ce fut une razzia systématique. Tout s'est fait en plein jour. Les casques bleus n'ont pas tiré un seul coup de feu et sont restés inactifs », racontera par la suite au *Monde* le cardinal Dieudonné Nzapalainga, archevêque de Bangui.

Deux jours avant les faits, selon les rapports internes de sécurité de la Sucaf RCA que s'est procurés The Sentry, Ali Darassa et une soixantaine de ses miliciens auraient passé la nuit sur le site de la compagnie à Ngakobo, à 95 kilomètres d'Alindao, où ils avaient installé une base militaire. Les employés de la Sucaf auraient notamment reçu la veille de l'attaque une « *sollicitation d'Ali Darassa pour dépannage d'un de ses pick-up Toyota »* .

S'il est impossible d'imputer la responsabilité directe de cette tuerie à la société, cette dernière n'a, selon l'ONG, pas pris de distance par la suite avec l'UPC alors qu'il semble peu probable qu'elle n'ait pas été informée des exactions commises. Des versements en espèces se seraient par ailleurs poursuivis aux deux têtes du groupe armé.

Outre les inévitables rackets aux barrages, d'après The Sentry, Ali Darassa aurait reçu près de 18 millions de francs CFA (quelque 27 400 euros) par an entre la fin 2014 et le début de l'année 2021. Son coordonnateur politique Hassan Bouba, qui a depuis rompu avec son chef pour devenir un important relais de la Russie en Centrafrique, aurait lui reçu 12 millions de francs CFA par an jusqu'en 2019. The Sentry estime que l'ensemble des paiements aux deux chefs de l'UPC représente près de 150 millions de francs CFA.

« 47 000 mails épluchés, vingt-deux auditions »

Se fondant sur l'arrêt du 7 septembre 2021 de la Cour de cassation relatif à l'affaire Lafarge, Clémence Witt, l'avocate de l'ONG avec Anaïs Sarron, considère en conséquence que *« toute société apportant une aide ou une assistance à des groupes connus pour commettre des crimes contre l'humanité, dans le but de poursuivre son activité économique en zone de conflit, peut être poursuivie du chef de complicité de ces crimes ».*

Depuis la publication du rapport en août 2021 puis l'annonce fin juin de l'ouverture de l'enquête préliminaire du PNAT, le groupe Castel est resté fidèle à sa tradition de discrétion. *« Nous prenons acte et nous coopérerons avec la justice à laquelle nous avons transmis notre enquête interne le 16 mai »,* indique une source proche du groupe.

Coordonnée par le cabinet d'avocats Gide, celle-ci lui aurait coûté près de 2,5 millions d'euros. *« 47 000 mails ont été épluchés, vingt-deux auditions ont été menées et rien de condamnable n'a été découvert. Des chauffeurs auraient payé au barrage les quelques dollars qu'on leur demandait ? Mais qui connaît les zones sensibles, sait qu'ils n'avaient pas le choix ! Des bidons d'essence auraient été donnés ? Mais ils l'auraient été sous la menace de Kalachnikov ! Des employés auraient parfois réparé des véhicules des forces d'opposition ? Mais toujours en dehors du site de la Sucaf RCA ! »,* plaide pour sa part Pierre-Olivier Sur, l'avocat d'Alexandre Vilgrain, le PDG de Somdiaa au moment des faits.

Ce dernier a été évincé en avril de la tête de cette société fondée par son grand-père, ardemment poussé vers la sortie par un groupe Castel désireux de laver son image et de reprendre la main sur cet acteur historique de l'agroalimentaire en Afrique.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

« Une pure stratégie d'intimidation sans base légale »

« Le travail de The Sentry s'est fondé sur deux séries d'éléments : des rapports internes de sécurité volés, dont l'ONG a tiré des conclusions qui n'ont rien à voir avec ce qui y était exprimé, ainsi que des témoignages anonymes dont il faudra lever l'anonymat. Si l'enquête interne a démontré l'inanité des accusations, le parquet veut savoir aujourd'hui pour qui et pourquoi The Sentry a travaillé. Quid des témoignages anonymes ? Existent-ils ? Et si oui, n'ont-ils pas été manipulés [voire achetés], *ainsi que dans bon nombre de dossiers de cette nature ? Cela nourrira notre action en dénonciation calomnieuse »,* poursuit l'avocat.

« Cela ressemble à une pure stratégie d'intimidation sans base légale. L'anonymat des témoins est prévu dans ce type d'affaire où leur sécurité peut être menacée », s'inquiète Clémence Witt, l'une des conseils de The Sentry.

La défense d'Alexandre Vilgrain, qui a également démissionné en avril de son poste de président du Conseil français des investisseurs en Afrique, prévient par ailleurs : *« Si comme l'affirme The Sentry, la Sucaf a travaillé main dans la main avec l'UPC et serait complice de crimes contre l'humanité, alors les ONG sur place, les forces militaires françaises* [Sangaris] *et onusiennes* [Minusca] *, mais aussi l'ambassade de France toujours destinataire des rapports de sécurité, risqueraient d'être poursuivis pour non-dénonciation de crimes. »*

Durant les premiers temps de la Séléka, entre 2012 et 2014, Ali Darassa était à Bambari, la ville qu'il contrôlait alors, un interlocuteur « obligé » des diplomates et des militaires français. *« On l'approchait avec précaution, mais il faisait partie de la solution. Il fallait discuter avec lui pour le désarmement de ses hommes et le redémarrage de l'usine sucrière était important pour l'emploi dans la région »* , relate une source officielle française présente à cette époque en Centrafrique.

Enquêter sur place

« On a eu d'amicales pressions pour rester. Certains pensaient que le maintien de l'activité qui avait été suspendue lors de la conquête du pays par la Séléka *serait un facteur de stabilisation »* , explique une source proche de l'ancienne direction de Somdiaa.

L'enquête préliminaire désormais ouverte, une équipe de l'Office central de lutte contre les crimes contre l'humanité et les crimes de haine a été saisie ces derniers jours. L'un de ses premiers défis sera d'enquêter sur place. Si le site de la Sucaf RCA n'est plus sous le contrôle de l'UPC, chassée par une contre-offensive des soldats centrafricains et de leurs alliés russes de Wagner, ses activités sont gelées.

La dernière récolte de canne n'a pas été menée. La dissolution de la société est devenue effective lundi 11 juillet, entraînant le licenciement de 116 employés. La distribution de sucre en Centrafrique, selon plusieurs sources, a depuis été récupérée par des réseaux de contrebande, achetant le sucre à l'étranger et ne versant aucune taxe à l'Etat du fait de leur proximité avec le pouvoir.

CASTELNICOLAS2 - CISION 364992508

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

L'ÉQUIPE

www.lequipe.fr

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**
Audience : **7985858**
Sujet du média : **Sports**

13 Juillet 2022
Journalistes : **Théo Troude**
Nombre de mots : **10558**

Visualiser l'article

L'entraîneur du RC Lens Franck Haise, un passionné spécialiste de vin

Passionné par l'univers du vin, l'entraîneur du RC Lens, surnommé « l'oenologue » par ses amis, profite de ses vacances pour rendre visite à des producteurs tout en se montrant redoutable lors des dégustations à l'aveugle.

La collection de Franck Haise sera peut-être un jour agrémentée de bières, une spécialité qu'il a appris à aimer à Lens. (Sébastien Boué/L'Équipe)

Foot

exclusivité abonnés

Passionné par l'univers du vin, l'entraîneur du RC Lens, surnommé « l'oenologue » par ses amis, profite de ses vacances pour rendre visite à des producteurs tout en se montrant redoutable lors des dégustations à l'aveugle.

La dégustation à l'aveugle est le seul terrain sur lequel Franck Haise ne perd jamais. Même à quarante-huit heures d'un choc pour l'Europe face à Monaco, ultime journée de Ligue 1 (2-2, le 21 mai). Ici, à la table de son caviste préféré, privé de

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

réseau téléphonique, l'entraîneur oublie le football. Trois secondes pour sentir, quatre pour savourer, puis l'analyse d'un vin blanc peut débuter. C'est une région de soleil, mais il y a de la fraîcheur en bouche. C'est équilibré et gourmand. Un assemblage de deux cépages. Il y a du Languedoc là-dedans. Sûrement vermentino. Et l'autre est très aromatique. Viognier ?

Debout, en face, Bertrand Lejeune nous lance un regard désabusé, en dévoilant une bouteille de côtes-de-thongue. *« Oui, c'est ça,* lâche le responsable de l'établissement La Dame Jeanne, à Arras. *Ce niveau-là, ce n'est juste pas possible... Je rappelle qu'il y a 250 variétés de raisin en France, ce qu'on appelle des cépages. Cela fait huit ans qu'on a ouvert avec Céline, mon épouse, et Franck fait partie de notre top 3 en dégustation. »* Une première victoire pour le coach après seulement dix minutes sur place. *« Ah, bah, on n'est pas là pour rigoler ! »,* répond ce client particulier, présent une fois tous les deux mois.

Le vin rouge ne résiste pas non plus. *« Puissance, épices et poivre »,* ont permis à Haise de reconnaître la syrah, cépage caractéristique du côtes-du-rhône. Le technicien de 51 ans ne vient pourtant pas d'une région viticole mais de Normandie. *« Mon premier lien avec le vin remonte à mon grand-père paternel. Dans les années 1960-1970, c'était le premier crémier de la région de Rouen à posséder un corner des vins Nicolas. Et, avec mes cousins, on faisait des parties de cache-cache dans les caves où il faisait vieillir son fromage. Où il y avait, aussi, des tonneaux. »*

Chez son caviste Bertrand Lejeune, à Arras, le coach lensois se montre intraitable en matière de dégustation. (Sébastien Boué/L'Équipe)

CASTELNICOLAS2 - CISION 365035423

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Les bases sont posées, la passion naîtra une fois le palais affiné. *« Au moment où j'ai intégré les pros du FC Rouen, à 18 ans, il y avait une petite tradition, se souvient l'ancien milieu de terrain. Les veilles de match de D2, le staff et les joueurs partageaient toujours une bouteille lors des mises au vert. Et au même moment, ma mère s'est remise en couple, avec un homme qui appréciait l'oenologie. J'ai commencé à goûter, et surtout à lire. Je me suis abonné à la Revue du vin de France. »*

Les premières foires au vin sont un bonheur, puis Haise achète ses premières bouteilles... le matin d'un match. *« On joue à Louhans-Cuiseaux, en 1991, j'ai 20 ans. On fait une promenade classique. Sauf qu'on est à côté de Chalon-sur-Saône, un coin plutôt pas mal quand on parle de vin. On s'est arrêtés dans une cave, et j'ai acheté un mercurey du domaine Yves et Loïc de Suremain. Je l'ai encore en tête. La passion est devenue tellement forte, j'avais déjà appris tant de choses que je choisissais le vin pour le vestiaire. »*

C'est à Laval, où Franck Haise débarque en 1995, que l'amour du terroir trouvera une nouvelle dimension. *« J'ai rencontré un caviste qui venait d'ouvrir, Hubert Notais. C'était juste en bas de ma rue. On s'entraînait souvent le matin, je faisais une sieste de 14 heures à 15 heures, et j'y passais trois après-midi par semaine, pendant trois heures. On ne dégustait pas avant le week-end, parce que j'étais sportif de haut niveau, il ne faut pas abuser des bonnes choses. Mais on parlait. On est devenus amis, puis on a créé "le club des vin(gt)s". Par rapport au vin, et parce qu'on ne voulait pas être plus de vingt. On avait un boucher-charcutier. Parce qu'un vin ne se boit pas seul, dans tous les sens du terme. »*

Le Normand dispose de sa propre cave, particulièrement bien ordonnée, où sont disposées ses quelque 700 bouteilles. (Sébastien Boué/L'Équipe)

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Et, fait méconnu de sa carrière, Franck Haise est devenu caviste-joueur. *« Hubert s'en allait parfois déguster. Il partait deux jours, la cave restait ouverte. C'est moi qui la gérais. Je faisais le boulot du caviste, alors que j'étais joueur professionnel. Les clients fidèles avaient l'habitude de me voir. Je leur disais juste une chose : je vous conseille sur ce que vous voulez, je vous encaisse, mais ne me demandez pas de papier cadeau, je ne sais pas faire. »* Le Normand est alors sur le point d'ouvrir un bar à vin avec son ami. *« On avait réfléchi à tout, mais je voulais entraîner. »*

Sa carrière de joueur s'achèvera finalement par deux années à Angers, de 2002 à 2004. Enfin une terre viticole. Forcément, Haise en a profité. *« La première saison, on a été champions de National. J'ai emmené toute l'équipe chez Claude Papin, un viticulteur qui produisait du savennières, du coteaux-du-layon, de l'anjou. En cours de saison, déjà, j'avais organisé une dégustation. Les gars s'en souviennent encore. »*

À cette époque, les deux enfants du tacticien sont encore en bas âge. Les vacances se déroulent alors en France. Une aubaine. *« Le Rhône, Bandol, Collioure, le Bordelais... Il y avait toujours la visite d'un ou deux producteurs au programme. »* Le calendrier de l'été 2022 est établi dans cette lignée. Dès le Championnat terminé, Franck Haise est parti en Bretagne, chez des cavistes de Dinard devenus des amis. *« On arrive dimanche soir avec mon épouse, on ne dépose même pas les valises, on va chez eux. »* Puis il s'est envolé pour le Canada, où réside sa fille Lola, 23 ans. Le vin toujours à l'esprit. *« Il font de bons chardonnays. Et comme je déguste surtout du vin français, je m'ouvrirai à l'étranger. Il ne faut pas avoir qu'une religion ! »*

Lorsqu'il a intégré l'effectif pro de Rouen, Frank Haise a pu assouvir (avec modération) sa passion pour le vin lors des mises au vert. (Sébastien Boué/L'Équipe)

Au fil des clubs, « l'oenologue » s'est créé une cave à la hauteur de sa réputation. *« À la fin de ma carrière, j'avais 1 200 bouteilles. Aujourd'hui, j'en ai 700, plus une cinquantaine de grands formats. »* Un trésor qu'il faut forcément gérer. *« Maël,*

CASTELNICOLAS2 - CISION 365035423

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

mon cadet (défenseur au niveau universitaire, aux États-Unis), déguste depuis peu. Il a 20 ans. Il faudra bien qu'il s'occupe un jour de ma cave quand je ne serai plus là ! »

Niveau tactique, celle-ci est aussi bien organisée que le 3-4-1-2 lensois. *« Il y a quatre murs. J'en ai trois, mon beau-père en a un, et au milieu on a construit une allée, dont chacun a obtenu un côté. Celui de gauche, c'est pour les vins de l'Ouest : Loire, Bordeaux, quelques vins étrangers. Il y a ensuite le coin pour les grands formats. Un pour les liquoreux, un autre pour les Loire secs, parce que j'aime beaucoup le chenin, le sauvignon, le sancerre, le muscadet. Le mur du fond à droite, ce ne sont que des blancs : riesling, jurançon, vins du Jura, de Savoie. Et l'allée centrale, c'est toute la partie Est : Languedoc-Roussillon, Provence, parce que j'aime beaucoup Bandol. Et surtout le châteauneuf-du-pape, que j'adore par-dessus tout. »*

La collection sera peut-être agrémentée de bières, une spécialité que Franck Haise a appris à aimer à Lens, depuis 2017. *« Je n'en buvais pas du tout avant. Puis j'ai goûté mes premières triples (plus fortes en malt). Elles ont du caractère, du fruit, elles sont riches. Bon, quand tu en as bu trois ou quatre, il faut calmer le jeu. Mais de temps en temps, que c'est bon ! »*

« Vivre sans le foot m'embêterait, mais sans le vin aussi »

Franck Haise

Et dans le vestiaire, sa passion pour le vin n'est pas un cas isolé . *« Jean-Louis Leca, Corentin Jean et quelques autres s'intéressent eux aussi à l'oenologie. Pour l'instant, on ne fait qu'en discuter. Mais on dégustera peut-être un jour, si on se qualifie pour une Coupe d'Europe. »* De quoi motiver une équipe passée proche ces deux dernières saisons, septième à chaque fois : *« Si on y arrive, il n'y aura pas qu'une bouteille... »*

Une fois ses objectifs atteints, l'entraîneur pourrait se rapprocher des vignes. *« Vivre sans le foot m'embêterait, mais sans le vin, tout autant. Avec le temps, il y a des choses sur lesquelles je ne transigerai pas, donc je déciderai peut-être d'arrêter. J'ai déjà pensé à reprendre un vignoble. Ce serait exceptionnel. Mais ça nécessite des investissements colossaux. Si ça ne se fait pas, je prendrai ma retraite et j'irai déguster à Dinard. »*

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

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Carrosserie

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Mensuelle**
Audience : **37768**
Sujet du média : **Auto-Moto-Cyclo**

Edition : **Juin 2022 P.48-49**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **476**

VIE QUOTIDIENNE

Les déménageurs

1921 : ce fourgon capitonné sur base Berliet CBA est utilisé dans le sud de la France.

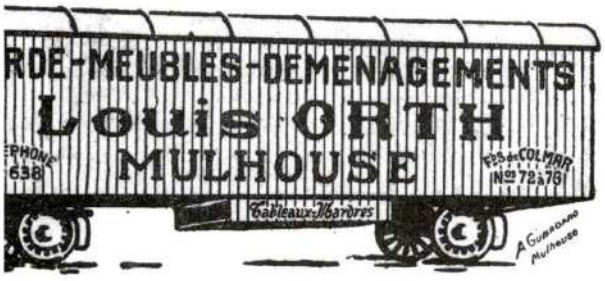
Les sociétés de déménagements n'abandonneront, pour les plus précurseurs, la traction animale qu'à l'aube des années 20. Retour sur une autre époque où les gens ne changeaient que rarement de ville ou de région.

Les sociétés de déménagement tarderont à adopter le véhicule automobile pour leur activité. Ce matériel, d'un prix d'acquisition et d'un coût d'exploitation à l'origine très élevés, ne présentait, en effet, que peu d'intérêt dans des transports portant sur de courts trajets terminaux. Les fourgons alors utilisés étaient acheminés sur les wagons plats des compagnies ferroviaires pour les plus longues distances. Le véhicule connaît de longs temps d'immobilisation consacrés aux chargements et déchargements et, pendant la durée des opérations, les chevaux sont dételés et peuvent être utilisés ailleurs, optimisant ainsi la productivité.

Ce n'est qu'au lendemain de la Première Guerre mondiale que les entreprises de déménage-

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 8700143600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



En haut : Une originale manière de déménager, vers 1960, en Guadeloupe avec ce tracteur Citroën.

En dessous : Ce Tracteur Chenard et Walker-Far (1921) tracte une remorque bâchée ; une solution largement utilisée avant l'essor des semi-remorques.

ment vont amorcer leur motorisation en s'équipant avec du matériel liquidé à bas prix par l'armée après le conflit.

Les tracteurs 4 x 4 Latil et Renault ainsi que les américains F.W.D. et Nash-Quad seront particulièrement appréciés car ils permettent de conserver les anciens fourgons et de limiter le nombre des véhicules moteurs. C'est le temps où les véhicules industriels, encore généralement équipés de roues à bandages pleins et animés par des moteurs à essence coûteux à l'emploi, sont uniquement affectés à des transports à très courte distance.

C'est aussi dans les années 20 qu'apparaîtra le tracteur Chenard et Walker Far qui s'apparentait aux semi-remorques dans la mesure où un dispositif dit « à adhérence réglable » permettait de soulever plus ou moins l'avant train de la remorque afin que celle-ci s'appuie sur les roues arrière du tracteur pour apporter l'adhérence nécessaire aux roues motrices. Le premier type de tracteur Chenard et Walker ne pesait, en effet, que 1 400 kilogrammes, une masse parfois insuffisante pour assurer la traction nécessaire sans report de masse. Le tracteur Chenard et Walker fonctionnera fréquemment avec trois remorques FAR, une étant en chargement, une autre en déchargement et la troisième remorquée d 'un point à l'autre par le tracteur qui ne cessait ainsi de travailler. Cette méthode sera notamment adoptée par les Vins Nicolas qui, dès 1921, assureront la desserte de leurs dépôts de vente de la région parisienne en utilisant vingt tracteurs Chenard et Walker animant un parc de soixante remorques FAR. L'arrivée du moteur diesel et de tracteurs plus lourds modifiera profondément le métier et les usages chez les déménageurs ○

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 8700143600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

CFNEWS

www.cfnews.net

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **29658**
Sujet du média : **Banques-Finance**

19 Juillet 2022
Journalistes : **Stéphanie Roux**
Nombre de mots : **4955**

Visualiser l'article

Castel s'abreuve au Cameroun ; CFAO distribue à Abidjan

Le groupe familial aux 6 Md€ de chiffre d'affaires acquiert une filiale camerounaise de la multinationale britannique Diageo ; CFAO met la main sur les fonds de commerce de cinq magasins Leader Price à Abidjan.

© *Adobe Stock*

Castel s'allie à un britannique pour le contrôle du marché camerounais de la bière

Fort de **6 Md€ de revenus en 2021** , le **groupe Castel** , l'un des fleurons des vins français, se renforce en Afrique et notamment au **Cameroun** , où il contrôle désormais **80 % du marché des boissons** , grâce à l'acquisition de l'intégralité du capital de la société **Guinness-Cameroun (GCSA)** , filiale de la multinationale britannique **Diageo** . Effectuée par l'intermédiaire de la filiale **Société anonyme des brasseries du Cameroun (SABC)** , cette opération représenterait un montant de **plus de 457 M€** (300 MdXOF) selon Reuters. Il s'agit plus précisément d'une **alliance entre GCSA et SABC pour le contrôle du marché local de la bière** . L'accord prévoit ainsi que la filiale de Castel reprenne la production et la distribution des bières, des alcools mix et des boissons maltées de Diageo au Cameroun dans le cadre d'accords de licences de marque. « Au vu des fortes performances de Guinness, ses besoins dépassent les capacités de sa brasserie actuelle de Douala », a reconnu le président de Diageo Africa, **Dayalan Nayager** . Ce dernier espère donc que l'accord avec Castel permette à Diageo « de libérer encore plus son potentiel » et de consolider sa position prédominante sur le **segment des bières brunes** . D'après **Gil Martignac** , l'un des responsables du leader français de la distribution de vins, de bières et de boissons

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

gazeuses, cette transaction devrait lui permettre « d'étendre son portefeuille au marché stratégique de la bière brune et [de] renforce[r] le partenariat historique avec Diageo dans de nombreux autres marchés ». Cette alliance capitalistique entre les groupes français et britannique intervient deux semaines à peine après l'arrivée d'un nouvel acteur local sur le marché concurrentiel de la bière au Cameroun, à savoir la **Brasserie Samuel Foyou (Brasaf)** .

Créé en **1949** à Blanquefort en Gironde par **Pierre Castel** (auparavant P-dg et dorénavant membre du conseil de surveillance), le géant aux **37 000 salariés** , propriétaire entre autres du caviste **Nicolas** , réalise son chiffre d'affaires **en majorité sur le continent africain** où il est présent dans **vingt-trois pays.** Entièrement détenu par des **actionnaires familiaux** - dont une trentaine de membres sont aux commandes - le mastodonte aux **250 filiales** regroupe deux entités : **Castel Frères** , axé sur le vin, et **Brasseries et Glacières Internationales (BGI)** , qui **gère les activités africaines** , essentiellement dans la **bière** et les **boissons gazeuses** .

Quintuple acquisition pour CFAO en Côte d'Ivoire

Pascal Bordeaux, CFAO Consumer Retail Côte d'Ivoire

Le groupe de distribution tricolore **CFAO** , qui a engrangé l'an dernier plus de **6,9 Md€** avec près de **21 000 collaborateurs** , acquiert les **fonds de commerce de cinq magasins Leader Price à Abidjan** , dont la franchise était opérée depuis 2019 par le **Groupe Bernard Hayot (GBH)** . Grâce à cette transaction, sa filiale **CFAO Consumer Retail** , présente en **Côte d'Ivoire** depuis **2015** , comptabilise désormais **treize points de ventes** dans la capitale économique ivoirienne, tous situés à des emplacements stratégiques : Cocody Riviera, Cocody 2 Plateaux, Golf Ambassade, Zone 4 et Yopougon. Cette acquisition représente **une centaine d'employés** et plus de **4 000 m2 de surface de vente supplémentaires** par rapport aux points de ventes existants. CFAO Consumer Retail en Côte d'Ivoire disposait déjà de **trois centres commerciaux** , PlaYce Marcory, PlaYce Palmeraie et PlaYce Yaoundé (le dernier en date, inauguré au début du mois de juillet), ainsi que d'un **hypermarché Carrefour** , de quatre **supermarchés Carrefour Market** et de trois **supermarchés Supeco** . Il construit en outre actuellement trois nouveaux supermarchés. Son directeur général, **Pascal Bordeaux** s'est réjoui : « Nous sommes très heureux de réaliser cette acquisition qui nous permet de développer le maillage de notre réseau de supermarchés sur Abidjan. Il est en effet important que nous soyons au plus près de nos clients et ces points de vente supplémentaires seront une réelle force pour nos enseignes Carrefour et Supeco qui seront prochainement installées sur ce réseau.»

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

REVUE DE PRESSE NICOLAS

AOUT

Omnicom Public Relations Group

FAV

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Bimestrielle**

Audience : **499332**

Sujet du média : **Lifestyle**

Edition : **Septembre - novembre 2022 P.26-31**

Journalistes : **ÉMILIE GODINEAU**

Nombre de mots : **2189**

POUVOIR D'ACHAT

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5273353600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

La France est le deuxième pays producteur de vin dans le monde derrière l'Italie. La définition légale du vin, qui remonte à la loi Griffe de 1889, est *« un produit exclusif de la fermentation du raisin frais ou du jus de raisin frais »*. Le vin est, en effet, le fruit d'une fermentation alcoolique : des levures dans un milieu liquide sans oxygène transforment le sucre en alcool. Du raisin oui, mais pas seulement. Pour optimiser les rendements et éviter les maladies, les vignes sont largement traitées et on retrouve des résidus de pesticides dans le produit fini. Ensuite, au moment de la vinification, les vignerons ont à disposition tout un panel d'additifs pour « améliorer » leurs cuvées. Au final, le vin ne renferme pas que du raisin, mais bien d'autres substances. Problème : aucune information à ce sujet sur l'étiquette, si ce n'est un « contient des sulfites », mention obligatoire tant les sulfites font partie des principaux allergènes.

Des étiquettes succinctes

Alors que tous les produits alimentaires font obligatoirement figurer la liste de leurs ingrédients et leurs valeurs nutritionnelles sur l'étiquette, les boissons alcoolisées bénéficient d'une avantageuse exemption. Les vignerons qui utilisent peu d'intrants, doivent alors recourir aux labels (bio, biodynamie, nature…) pour le faire savoir.
La liste des additifs autorisés pour produire du vin est impressionnante : des acides

Dates des FOIRES AUX VINS 2022

AUCHAN
du 27 septembre au 11 octobre

CARREFOUR
du 14 septembre au 3 octobre

CASINO
du 6 au 18 septembre

E.LECLERC
du 4 au 15 octobre

FRANPRIX
du 19 septembre au 9 octobre

INTERMARCHÉ
du 6 au 25 septembre

LIDL
à partir du 7 septembre

MONOPRIX
du 16 septembre au 2 octobre

NICOLAS
du 7 septembre au 4 octobre

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le vin n'est plus une boisson aussi naturelle depuis que la chimie est entrée dans les cuves.

Le dioxyde de soufre et ses dérivés, aussi appelés sulfites, sont utilisés depuis très longtemps dans la fabrication du vin.

(citrique, tartrique, malique…), de l'albumine d'œuf ou de la gélatine pour « coller » et éliminer les impuretés en suspension, de l'anhydride sulfureux ou du bisulfite de potassium pour détruire les microbes, des levures ou du sulfate d'ammonium pour gérer la fermentation… Les vignerons heureusement ne les utilisent pas tous et leurs concentrations dans le vin sont infimes. Mais le consommateur, lui, n'est au courant de rien. On nous présente le vin comme une boisson ancestrale et naturelle, alors que depuis une soixantaine d'années, la chimie de synthèse entre dans les processus de vinification. Sans parler des procédés qui n'ont rien de traditionnel : osmose inverse, flash pasteurisation, électrodialyse… Gloups. *« Une loi de 1905 précise que tous les produits commercialisés doivent être sains et loyaux. Si rien ne montre que ces additifs sont mauvais, il y a quand même un problème de transparence. Peut-être que si on obligeait les producteurs à mettre tous les produits employés sur l'étiquette, cela les pousserait à travailler différemment »*, analyse Christophe Lavelle, biophysicien, chercheur au CNRS et cofondateur du Food 2.0 LAB.

Le dioxyde de soufre et ses dérivés aussi appelés sulfites sont utilisés depuis très longtemps dans la fabrication du vin car ils présentent deux avantages : ils sont antioxydants et empêchent les produits de s'altérer et de noircir, ils sont antimicrobiens et évitent le développement des bactéries et des levures. En un mot, cela facilite la conservation. *« Le problème c'est surtout pour les personnes qui y sont allergiques ou intolérantes »*, pointe Christophe Lavelle. Pour elles, la consommation de sulfites peut entraîner des maux de tête, des démangeaisons, des douleurs abdominales et même une crise d'asthme ou un choc anaphylactique en cas d'allergie grave. *« Une étude récente montre que les sulfites pourraient perturber le microbiote intestinal et notamment inhiber la croissance de bactéries bénéfiques »*, ajoute le scientifique.

Des labels plus ou moins EXIGEANTS

VIN CONVENTIONNEL (SANS LABEL)
Les vignes peuvent être traitées avec des produits chimiques (fongicides, insecticides, herbicides) en respectant les doses maximales fixées par la loi. Lors de la vinification, 49 additifs sont autorisés. La teneur en sulfites ne doit pas dépasser 150 mg/L dans le vin rouge et 200 mg/L dans le vin blanc et rosé.

HAUTE VALEUR ENVIRONNEMENTALE
Ce label distingue les exploitations qui s'engagent dans des pratiques plus respectueuses de l'environnement, au niveau de la biodiversité, la stratégie phytosanitaire, la gestion de la fertilisation et de l'irrigation. Les exigences restent cependant bien en-deça du label bio. Le producteur peut utiliser des pesticides, il doit juste montrer qu'il fait des efforts pour les réduire.

BIO
Le raisin doit être cultivé sans produit chimique de synthèse, seuls les produits d'origine naturelle (soufre, cuivre) peuvent être utilisés. Lors de la vinification, 38 additifs certifiés bio sont autorisés. La teneur en sulfites ne doit pas dépasser 100 mg/L dans le vin rouge et 150 mg/L dans le vin blanc et rosé.

BIODYNAMIE
La culture du raisin doit respecter au moins les règles du label bio. Mais la démarche est beaucoup plus globale, elle considère l'exploitation comme un organisme vivant, prend en compte les cycles lunaires, prévoit des préparations à base de plantes médicinales… Seuls 5 additifs sont autorisés lors de la vinification. La teneur en sulfites ne doit pas dépasser 90 mg/L dans le vin rouge et 70 mg/L dans le vin blanc et rosé. Il existe deux labels : Demeter et Biodyvin.

NATURE
Aucun produit chimique, aucun additif (excepté un peu de soufre pour certains) et aucune technique de vinification (osmose inverse, flash pasteurisation…) ne sont autorisés. On parle de « vin méthode nature », naturel ou SAINS (sans aucun intrant ni sulfite ajouté). Certains autorisent un peu de sulfites (30 mg/L maximum et cela doit être indiqué sur l'étiquette), d'autres non.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5273353600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Un paysage idyllique, certes mais souvent inondé de pesticides. Les teneurs en pesticides de certains vins dépassent celles de l'eau.

La vigne, qui représente 3 à 4 % de la surface agricole utile, engagerait près de 20 % des pesticides employés en France.

Là encore, le problème, c'est que la quantité de sulfites présente dans la bouteille n'est pas mentionnée sur l'étiquette. Selon le type de production (conventionnel, bio, biodynamie…) une teneur maximale est fixée (voir encadré). Les vins « sans sulfites ajoutés » en contiennent de petites quantités car il s'en produit naturellement lors de la fermentation.

Le problème des pesticides

Selon l'INRAE, la vigne qui représente 3 à 4 % de la surface agricole utile engagerait près de 20 % des pesticides employés en France. Par ailleurs, s'il existe bien des limites maximales de résidus de pesticides pour les raisins, il n'y en a pas pour le vin. Pourtant les teneurs dépasseraient celle de l'eau potable…. *« Dans une étude que nous avons menée en 2017, nous avons retrouvé, en moyenne, 300 µg/L dans le vin conventionnel, soit 3000 fois la dose autorisée dans l'eau potable »*, indique Gilles-Éric Séralini, professeur en biologie moléculaire à l'université de Caen. Dans le livre qu'il a écrit avec le cuisinier Jérôme Douzelet, *Le goût des pesticides dans le vin* aux éditions Actes Sud, il montre même que les pesticides ont un goût, après avoir fait tester à 75 spécialistes de la cuisine et du vin des pesticides délayées dans de l'eau à des doses que l'on retrouve dans le vin. Par ailleurs, *« les pesticides tuent les levures. On doit donc ajouter des levures de synthèse lors de la vinification qui n'apportent pas la même complexité d'arômes que les levures naturelles, qui sont multiples »*, explique-t-il. Au-delà du goût, il y a bien sûr la question de la santé, certains pesticides étant suspectés d'être cancérogènes, perturbateurs endocriniens ou encore neurotoxiques. Même si, comme le rappelle avec justesse Christophe Lavelle, *« le danger des pesticides concerne avant tout les professionnels qui les manipulent et les riverains de champs traités »*.

Vers plus de naturel

Les vignerons, qui vivent souvent à côté de leur exploitation, sont de plus en plus nombreux à chercher à réduire les traitements. Cependant, il est difficile de changer des habitudes de production bien ancrées. Pesticides et additifs facilitent le travail (pas de mauvaise herbe à éliminer), protègent la récolte (pas de risque de développement de champignons).

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5273353600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

assurent un produit « standard » (pas de surprise au niveau du goût) et stable (pas de vin qui tourne au vinaigre). Faire sans, c'est prendre beaucoup de risques et cela exige beaucoup plus de connaissances et de vigilance. C'est aussi pour certains retrouver le « vrai » métier de vigneron : avoir toujours un œil sur ses vignes, intervenir seulement quand c'est nécessaire, récolter à juste maturité, contrôler avec précision la fermentation… D'après les chiffres de l'Agence bio, en 2020, 17 % du vignoble français était cultivé en bio (certifié ou en conversion). Pour les vins « nature » qui restent encore très minoritaires, il y a aussi la question d'éduquer le palais des consommateurs : ils sont plus surprenants, avec un léger pétillant, différents chaque année, mais d'après les connaisseurs bien plus complexes et aromatiques (quand ils ont été bien faits !).

Boire du vin bio n'empêche pas de souscrire aux recommandations de Santé Publique France : deux verres d'alcool par jour, c'est un maximum.

Avec modération !

Pourquoi acheter des vins bio ? Avant tout pour favoriser de bonnes pratiques agricoles, éviter de polluer les eaux et les sols et favoriser la biodiversité. Pour la question de la santé, Christophe Lavelle rappelle que « *le problème du vin, ce n'est pas tant les pesticides et les additifs qui se trouvent à l'état de traces que l'alcool qui, lui, est en quantité importante et qui est classé cancérogène avéré* ». Donc boire du vin bio, c'est bien, à condition de ne pas oublier les recommandations de Santé Publique France : pas plus de 2 verres d'alcool par jour, pas tous les jours et avec un maximum de 10 verres par semaine. Oui le vin rouge renferme des antioxydants mais pas plus que les fruits (bio !) qui sont bien meilleurs pour la santé.

ÉMILIE GODINEAU

LE MEILLEUR DES VINS BIO À MOINS DE 14 €

Vins blancs

Fruité et charnu, ce vin blanc du Rhône offre des notes d'amandes fraîches et d'agrumes qui se marient bien aux viandes blanches et aux poissons. **AOP Côtes-du-Rhône, « Parallèle 45 » Paul Jaboulet Aîné, 2020,** 8,95 € (foire aux vins Nicolas)

Ce vin blanc (cépage riesling) équilibré, à la fois frais et puissant, dévoile une belle minéralité. Parfait avec une choucroute de la mer. **AOC Alsace grand cru, « Grand cru Froehn », Jean Becker, 2019,** 13,95 € (foire aux vins Carrefour)

Un vin à la robe jaune dorée, nez de fruit de la passion, muscadé et bouche ronde et équilibrée. À servir avec un poisson blanc ou des fruits de mer. **AOC Bordeaux, « La Bastane, vendange à Rions », 2019,** 13,90 €

Vins rouges

Sous des tanins élégants, des notes de fruits rouges, cerise noire, épices, avec une longue finale en bouche. Un bel accord avec des viandes grillées. **AOP Côtes-du-Roussillon villages, Mas Amiel « Promesse », 2021,** 9,95 € (foire aux vins Carrefour)

Ce Madiran sans sulfites ajoutés provient de raisins récoltés à pleine maturité. Équilibré, fruité et rond en bouche, il accompagne volailles rôties et fromages. **AOP Madiran, « Chez Louisat », 2017,** 8,50 €

Ce vin rouge labellisé Demeter est fruité, aux tanins enrobés, d'une belle puissance aromatique. À servir avec une viande grillée ou un gigot d'agneau. **AOP Languedoc, Famille Ortola « Château de Lune », 2021,** 6,80 € (foire aux vins E.Leclerc)

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Bio, naturel ou conventionnel, le vin, comme toute boisson alcoolisée, doit être consommé avec la plus grande modération.

Vins rosés

Avec sa robe rose pâle, ce vin offre des notes de fruits rouges et de groseille tout en finesse. à servir sur des légumes : tian, tomate farcie, poivron grillé... **AOP Côtes-de-Provence, « Château Roubine », 2021,** 12,95 € (foire aux vins Carrefour)

Frais, avec des notes de pamplemousse rose et de fruits rouges, ce vin du Saumurois accompagne bien les bouchées salées de l'apéritif comme les desserts aux fruits. **AOP Cabernet d'Anjou, « Éclat de vigne », 2021,** 6 €

Frais et élégant avec des notes de pêche blanche et une jolie vinosité, ce rosé s'apprécie dans sa jeunesse avec de bonnes charcuteries ou des terrines de poissons. **AOP Marsannay rosé, « Domaine du vieux collège », 2021,** 11,95 € (foire aux vins Auchan)

Vins à bulles

Équilibré, ce vin (cépage chenin blanc) dévoile en bouche un petit côté sucré qui contrebalance sa minéralité et qui en fait un vin rafraîchissant et gourmand. Parfait avec l'apéritif. **AOC Vouvray, « Domaine du Petit Coteau »,** 12 € (foire aux vins Nicolas)

Des bulles vives, un nez de fruits blanc, une bouche ronde et gourmande dotée d'une amertume typique, ce vin accompagne bien antipasti, risotto, dessert aux poires... **DOC Prosecco, « Riccadonna », Millesimato 2019,** 8,90 €

Ce crémant délicat charme par ses bulles fines, son nez floral et sa bouche fruitée. Parfait pour accompagner des petits fours à l'apéritif. **AOP Crémant d'Alsace, « Cattin Sauvage »,** 9,90 € (foire aux vins Monoprix)

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5273353600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LE FIGARO.fr vin

avis-vin.lefigaro.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **162800**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

22 Aout 2022
Journalistes : **Valérie Faust**
Nombre de mots : **2585**

Visualiser l'article

Foire aux vins 2022 : nos 5 coups de coeur à moins de 20 euros

Quels sont les meilleures affaires de cette édition 2022 de la Foire aux Vins ? Découvrez notre sélection de petits prix, toutes enseignes confondues.

Cinq coups de coeur à moins de 20 euros Adobe Stock

Valse des petits prix, réductions, bouteilles offertes en fonction du nombre achetées... les foires aux vins sont l'occasion des bonnes affaires, mais également celle de dénicher de jolies pépites d'un excellent rapport qualité-coût. Entrez dans la danse !

Clos de la Barthassade, Cuvée H9 - 2020
Terrasses du Larzac bio, Languedoc rouge
Note : 92/100
Prix : 13,70 €

Ce beau brun ténébreux nous met l'eau à la bouche avec ses odorants fruits noirs clapotant dans leur chaudron. Après une attaque fraîche, soyeuse, onctueuse, il se cabre et se tend au sein d'une avalanche de fruits acidulés, juteux, portée par des tanins doux, et une finale minérale, aux notes de curry.

Disponible chez Lavinia et sur son site du 05/09 au 03/10.

Domaine Geneletti, Savagnin ouillé 2018
L'Etoile, Jura blanc
Note : 92/100
Prix : 9,75 €

Onctueux et avenant, un vin bouton d'or exhalant des notes de noisette et de pomme verte. Son incroyable richesse

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

aromatique nous fait tourner la tête, mêlant poivre, gingembre, piment, orange, zestes d'agrumes... Bref, on pourrait y passer la nuit !

Disponible chez Auchan Hyper (du 06 au 25/09) et Supermarchés (du 27/09 au 11/10).

Villa des Anges, Red Blend Reserve by Jeff Carrel 2020
Vin de France rouge
Note : 91/100
Prix : 5,85 €

Drapé dans une étoffe grenat d'où émergent des notes de fruits noirs crémeux, il donne le sourire dès la première gorgée, nourrie d'un jus explosif de cassis et de mûre. Un vin joyeux, charmeur, velouté, chaleureux, de plaisir immédiat, vivifié par une finale dynamique et salivante.

Disponible sur Vinatis.com du 02/09 au 09/10.

Château Paul Mas, Clos des Mûres 2020
Coteaux du Languedoc, Languedoc rouge
Note : 90/100
Prix : 10,30 €

Il s'ouvre au nez, agréable, sur des notes florales de violette, de mûre et de cassis, tandis que la bouche moelleuse et chocolatée s'étire en longueur, en insistant sur un fruit mûr et juteux.

*Disponible chez **Nicolas** du 07/09 au 04/10.*

Château Rollan de By 2015
Médoc, Cru Bourgeois, Bordeaux rouge
Note : 90/100
Prix : 13,95 €

Millésime réussi dans le Médoc, ce 2015 a eu de plus le temps de s'assagir. Bien intégrés, les tanins se sont assouplis, participant à la suavité du vin. Une envolée d'arômes fruités rouges talonnés par des notes torréfiées pour ce cru à boire dès aujourd'hui.

Disponible chez Aldi du 6/09 jusqu'à épuisement des stocks.

CASTELNICOLAS2 - CISION 366006903

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

VIN WINO WINE
WINE MAGAZINE BY MARIE JOANNA ROGINSKA

vinwinowine.com

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

22 Aout 2022
Journalistes : **Marie Joanna Roginska**
Nombre de mots : **15917**

Visualiser l'article

Foires aux Vins automne 2022 Affichent la couleur

Je vous présente les Foires aux Vins d'automne 2022 : Le calendrier, les tendances et quelques de mes coups de coeur .

Après deux années assez chaotiques, dû à la situation sanitaire, les Foires aux Vins d'automne sont de retour en pleine force, en force dans son format habituel pour chaque enseigne avec de gammes de vins bien ciblées afin de séduire chaque catégorie de clients.

Quelles sont les tendances de foires aux vins de cet automne ?

Cette année encore, rien de nouveau, les foires aux vins d'automne 2022 affichent sa tendance au Bio, toutes les enseignes s'y mettent avec beaucoup de conviction en présentant de plus en plus de vins issus de l'agriculture biologique, en biodynamie ou certifiés HVE (Haute Valeur Environnementale).

Aujourd'hui, on ne parle plus d'une mode passagère, on observe une prise de conscience grandissante de la part de producteurs, mais aussi une volonté de chaque enseigne de proposer ces vins dans de gammes plus en plus larges. Oui, très certainement, la clientèle d'aujourd'hui est très avertie et demandeuse de produits estampillés d'un petit logo vert. C'est une mode de consommation qu'aucune enseigne ne peut l'ignorer.

Le mois de septembre et d'octobre n'est pas seulement une période de vendanges , c'est aussi la fête des vins chez tous les distributeurs confondus petits et grands, chez des cavistes et aussi depuis quelques années les ventes en ligne explosent et prennent une grosse part du marché.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Donc, aujourd'hui, il est absolument indispensable que de grandes enseignes proposent à côté de sa foire aux vins dits « classique » en présentiel, en magasin, une sélection de vins pour la vente en ligne.

De plus en plus les clients sont demandeurs, c'est un gain de temps considérable, faire sa sélection tranquillement chez soi et pouvoir comparer les prix.

Aujourd'hui, on ne peut pas seulement ***proposer de produits et de prix, il faut aussi proposer de services supplémentaires,*** la concurrence oblige.

Au fil des années, la clientèle a évolué également, elle est plus en plus avertie, plus en plus informée et surtout avec plus en plus de connaissances, bref ***la clientèle de « wine lovers »*** par excellence.

Les Smartphones, avec ses diverses applications plongent chaque client dans cet univers viticole qu'il y a encore quelques années paraissait obscur. Chaque bouteille (presque) est capable de raconter son l'histoire grâce à un code accessible à un seul clic. Oui, nous sommes dans un monde de bouteilles connectées, c'est une vraie révolution.

Aujourd'hui, tout est ultra accessible avec des informations précises, dans un langage simple, accessible à tous et sans complexe. Les infos sur des régions viticoles, sur les cépages, les accords mets et vins et j'en passe...

Les enseignes proposent non seulement durant la foire aux vins, mais toute l'année des outils interactifs qui aident le client dans son choix.

Aujourd'hui, les enseignes se posent sérieusement la question comment séduire toujours plus son client, comment le fidéliser, comment le faire revenir et ce n'est pas une mince affaire...

Depuis presque cinq décennies, chaque année les foires aux vins séduisent les clients avec la même énergie et le même dynamisme, son engouement ne cesse d'augmenter d'année en année et les clients sont toujours là au RDV, ils reviennent chaque année, donc les foires aux vins ont encore l'avenir devant eux.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Tout a commencé il y un demi-siècle, comme la toute première foire aux vins fût lancée en 1973 chez E.Leclerc en Bretagne.

Certes, à l'époque c'était très novateur, mais son succès était immédiat.

Oui, le client pouvait faire sa cave en grande surface, acheter les grands vins en toute simplicité à de prix très raisonnables. C'était une révolution qui a bousculé complètement les codes et les habitudes de gens.

Bien sûr sa présentation a beaucoup évolué depuis, rien comparable, la clientèle aussi, elle est plus en plus exigeante, plus en plus avertie, et en plus elle a un choix quasi illimité avec les catalogues de toutes les enseignes y compris toutes les ventes en ligne avec les gammes spéciales foire aux vins.

Voici le calendrier des Foires aux Vins d'Automne 2022 en grande distribution, chez de cavistes et en ligne avec quelques pépites que j'ai sélectionné pour vous :

E.Leclerc :

À partir du 5 septembre sur internet avec une offre de 300 vins livrables, dès 20 septembre en l'avant-première les précommandes de 250 bouteilles d la sélection nationale, et enfin à ***partir du 4 octobre en magasin.***

Pour sa 49e édition de la foire aux vins, les magasins E.Leclerc emmènent ses clients pour une escapade sur les routes de France et d'ailleurs.

Cette année l'enseigne met à l'honneur quelques « jeunes vignerons » de moins de 35 ans et installés depuis moins de 5 ans.

Pour sa foire aux vins 2022 E.Leclerc propose une sélection nationale composée de ***250 références*** rigoureusement choisies par les experts de l'enseigne dont ***57 « Incroyables »*** dégustée et choisie par Andreas Larsson (meilleur sommelier du monde 2007) qui collabore avec l'enseigne depuis 2013.

Dans 600 Centres E.Leclerc concernés par la FAV les gammes régionales sont largement mises en avant dans chaque catalogue avec des sélections personnalisées des vins enseigne par enseigne.

Château de Lunes 2021, Languedoc (Demeter)

PVC 6,80 euros

Finca Lalande « The Lande » 2021 Argentine (Bio)

PVC 7,10 euros

Naturellement Pur « Orange Wine for the curious » 2021 Vin de France (Bio)

PVC 8,00 euros

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Carrefour hypermarchés : du 27 septembre au 10 octobre 2022

Carrefour City, Contact et Express : du 16 au 26 septembre 2022

Carrefour Market : du 6 octobre au 23 octobre 2022

Carrefour avec ses 230 hypermarchés, 1000 Carrefour Market et quelques 2300 magasins de proximité propose ***1900 références*** dont pas moins que ***500 vins bios, biodynamiques, certifiés HVE (haute valeur environnementale) ou encore vegan ou naturels*** soigneusement sélectionnés par les équipes d'acheteurs.

Du 15 septembre au 30 octobre toutes les bonnes affaires en magasin sont aussi ***sur le site de vente en ligne*** avec plus de 1000 références, c'est pratique et rapide avec une livraison ou retrait en magasin.

Domaine du Causse d'Arboras « la Sentinelle » 2018, Terrasses du Larzac (Bio)

PVC 10,95 euros

Château Rochers Bellevue 2019, Castillon Côtes-de-Bordeaux (Bio)

PVC 4,95 euros

Trapiche Melodias, Malbec 2019, Argentine Mendoza

PVC 7,99 euros

Auc han Hypermarchés et Drive : du 27 septembre au 11 octobre 2022

Auchan Supermarchés : du 6 au 25 septembre 2022

Comme chaque année l'équipe des acheteurs de l'enseigne a fait une sélection très rigoureuse et éclectique de diverses cuvées afin de satisfaire les goûts de ses clients.

Pour la sélection du 2022, quelques ***279 cuvées*** se retrouvent dans la sélection nationale dans l'ensemble des hypermarchés du groupe.

L'enseigne poursuit avec conviction son engagement dans la sélection plus en plus forte et variée de vins bio, biodynamiques, labellisés HVE (haute valeur environnementale), ou encore nature et vegan avec 66 références cette année.

Le Coriançon, Vinsobres 2019 Domaine Vallot (Demeter)

PVC 8,95 euros

Marsannay blanc 2021 Domaine du Vieux Collège, Bourgogne (Bio)

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

PVC 11,95 euros

Domaine de la Freissinières Rosé 2021, Luberon (HVE)

PVC 3,90 euros

Géant Casino hypermarchés et supermarchés : du 26 août au 18 septembre

Petit Casino, Spar, Vival, Sherpa : du 6 septembre au 1 8 septembre

Pour sa foire aux vins, 2022 Casino propose une sélection de ***900 vins*** dans tous ses enseignes, vins rigoureusement choisis pour tous les budgets allant de 2,72 à 385 euros.

Dans cette sélection la présence de vins bios, biodynamiques, vegan, sans sulfites ajoutés ou encore HVE montent en puissance et représente cette année 369 références dans la sélection.

Château Vannières Bandol Rosé 2021

PVC 10,95 euros

Mercurey 1 er Cru Les Combines 2019 Jean Bouchard (Bio)

PVC 19,95 euros

Patrimonio blanc 2020 Domaine Orenga de Gaffory (Bio)

PVC 12,20 euros

L IDL : à partir du 7 septembre

Cette année l'enseigne avec ses ***1580 supermarchés f*** rappe forte en misant encore plus sur le bio, proposant ***153 références*** très ciblées dont ***18 vins bios et 53 HVE et sans sulfites ajoutés.***

Les FAV de l'enseigne connaissent un franc succès et attirent de plus en plus de consommateurs grâce au choix proposé et surtout aux prix très serrés allant de 1,89 à 29,50 euros.

Les Hauts de Bacchus 2021, Ventoux (Bio)

Château la Justice 2020, Fronsac (Bio, HVE)

Domaine PY 2020, Corbières (Bio)

Intermarché : du 6 au 25 septembre

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

L'enseigne propose à ses clients une gamme très éclectique de ***1685 références issus de 390 appellations dans 1852 points ventes dans tout l'hexagone.***

Les prix ultra étudiés, car 1132 vins sont vendus à moins de 15 euros. ***Les vins bios,*** biodynamiques, HVE, vegan ou natures prennent une part plus en plus importante dans la gamme avec ***241 références*** cette année.

Bourgogne Hautes-Côtes de Nuits 2020, Hudelot-Bajard (Bio)

PVC 10,50 euros

Vacqueyras Cuvée Chemin des Pierres 2019 Domaine de la Ganse (Bio)

PVC 9,50 euros

Château Puy de Boissac, Pierres Blanches 2020 Puisseguin Saint-Emilion (Bio)

PVC 7,50 euros

Monoprix : Du 16 septembre au 2 octobre

Le caviste urbain présente la sélection riche de ***255 cuvées en proposant des vins « prêts à boire », qui n'ont pas besoin de longues années de garde pour révéler*** tout leur potentiel.

30 % des de la sélection est certifiée Bio (ou en conversion) en biodynamie ou encore HVE.

Ce sont aussi des vins à la portée de tous : 75% de l'offre est comprise entre 5 et 15 euros, la sélection éclectique, très pointue destinée à tous les amateurs et touts les budgets.

Cette année l'enseigne met à l'honneur les ***« vins de feu »,*** les cuvées issues de sols volcaniques.

Firriato Sabbie dell Etna 2021 blanc, AOP Etna (Bio)

PVC 14,90 euros

L'Impromptu 2021, Cotes d'Auvergne

PVC 8,90 euros

Domaine Fiumicicoli 2021 Sartène, Corse

PVC 12,90 euros

Biocoop : du 19 septembre au 3 octobre

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Pour sa foire de vins d'automne l'enseigne propose ***63 cuvées à 100% issues de l'agriculture bio et biodynamique (cela va de soi).***

L'enseigne vise la qualité/prix imbattable avec 60% de la sélection à moins de 10 euros.

15 coups de coeur sélectionnés avec soin par l'équipe de Biocoop seront mis en avant dans chaque magasin avec de journées de dégustations.

Civitas Pecorino 2021 Blanc, Oleria V.Orsogna Abrruzzes Italie (Demeter)

PVC 7,95 euros

La Cabotte, Côte du Rhône Colline 2021, Marie Pierre Plume (Demeter)

PVC 9,60

Vermouth Robles, Famille Robles Andalousie (Espagne)

PVC 13,50

Netto : du 1 septembre au 19 septembre 2021

Dans ses ***300 magasins,*** l'enseigne toujours fidèle à sa politique de prix doux propose un choix de ***328 vins*** accessibles à tous et pour tous les goûts, avec une large offre de vins à 3, 4 ou 5 euros.

Offrir à ses clients le meilleur rapport qualité/prix toute l'année, c'est sa devise, donc la foire aux vins suit cette politique.

Pour être au plus prêt à l'écoute de ses clients l'enseigne élargit chaque année son offre avec une sélection de vins Bios et HVE.

Commenderie de la Bargemone 2021 Rose, Coteaux d'Ax en Provence (Bio)

PVC 6,45 euros

Bourgogne Aligoté 2021 blanc, Domaine Maurice Lapalus et Fils (HVE)

PVC 6,75 euros

Fougères Auprès de ma vigne 2019, Domaine Saint Martin d'Angel

PVC 5,54 euros

Veepee : à partir du 1 septembre

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Pour la 7 e édition de sa Foire aux Vins Veepee proposera à ses membres une sélection de ***200 références*** françaises et internationales, dont 41 nouvelles références inédites, construite autour d'un parti-pris que Veepee incarne depuis la première édition : des vins d'exception à prix plaisir qui répondent à de stricts standards de qualité.

Pour compléter cette offre et être au plus proche à des attentes de ses clients, l'enseigne met cette année encore à l'honneur les ***vins bio en proposant 17*** références issues de la viticulture bio et en biodynamie.

Expédition en 72 heures.

Vacqueyras Reserve de Montmirail 2019, Maison FX Nicolas (Bio)

PVC 12,50 euros

Bourgognes Hautes Côtes de Nuits 2019 Domaine Les Jamées (Bio)

PVC 12,90

Château Maïme Cucée Héritage 2021 Rosé

Côtes de Provence

PVC 11,20

Eataly L'Enoteca : du 14 septembre au 16 octobre

La plus grande cave dédiée aux vins 100% italiens de Paris propose pour sa ***3 e foire aux vins une cinquantaine de cuvées*** à de prix exceptionnels (à partir de 6 euros) venus de quatre grandes régions viticoles italiennes : le nord, le centre, le sud et les iles. C'est une occasion de découvrir ou redécouvrir quelques pépites venues de la botte et de ses iles.

Greco di Tufo 2020, blanc Fonzone (Campanie)

PVC 12,68 euros

Valpolicella 2021, Massimagio (Vénétie)

PVC 11,93 euros

No Name 2017, Langhe Nebbiolo Borgogno (Piémont)

PVC 29,18 euros

Nicolas : du 7 septembre au 4 octobre

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Cette nouvelle édition de la foire aux vins chez le caviste Nicolas va se dérouler dans une atmosphère plus festive qu'à l'accoutumée, car ***l'enseigne fête cette année son bicentenaire (la Maison Nicolas fondée en 1822).*** L'enseigne est présente aujourd'hui dans 11 pays avec 765 cavistes en France et à l'étranger (dont 506 caves en France).

Durant la foire aux vins, les aficionados de la maison trouveront ***60 références,*** dont 42 nouveautés, avec ***19 cuvées issues de l'agriculture bio, biodynamique, en HVE, ou encore sans sulfite ajouté.***

Le caviste veut jouer aussi sur l'accessibilité et excellent rapport qualité/prix avec la moitié de l'offre qui ***ne dépasse pas le 10 euros.***

Lavinia : du 5 septembre au 3 octobre

Avec 20 ans d'existence et d'expérience l'enseigne présente la ***20e édition de sa foire aux vins*** construite autour d'une sélection très éclectique de ***250 références*** dont 100 cuvées à moins de 15 euros et 130 cuvées bio et biodynamiques.

Lavinia vous amène à la découverte de vignerons passionnés et engagés qui vous font voyager à travers de vignobles d'ici et d'ailleurs, vous font partager leur travail à travers les cuvées qui vous proposent.

Mâcon Village 2019 Domaine des Vignes du Maynes (Demeter)

PVC 19,90 euros

Les Palissons 2021 Clos Constantin, Côteau du Languedoc (Bio)

PVC 11,90 euros

Esquisse 2016 Fougères Domaine de l'Ancienne Mercerie, Languedoc (Bio)

PVC 9,90 euros,

•
0
Facebook
•
0
Twitter
•
0

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Linkedin

-

0

Pinterest

-

0

Email

CASTELNICOLAS2 - CISION 366023791

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Rustica

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **1043000**

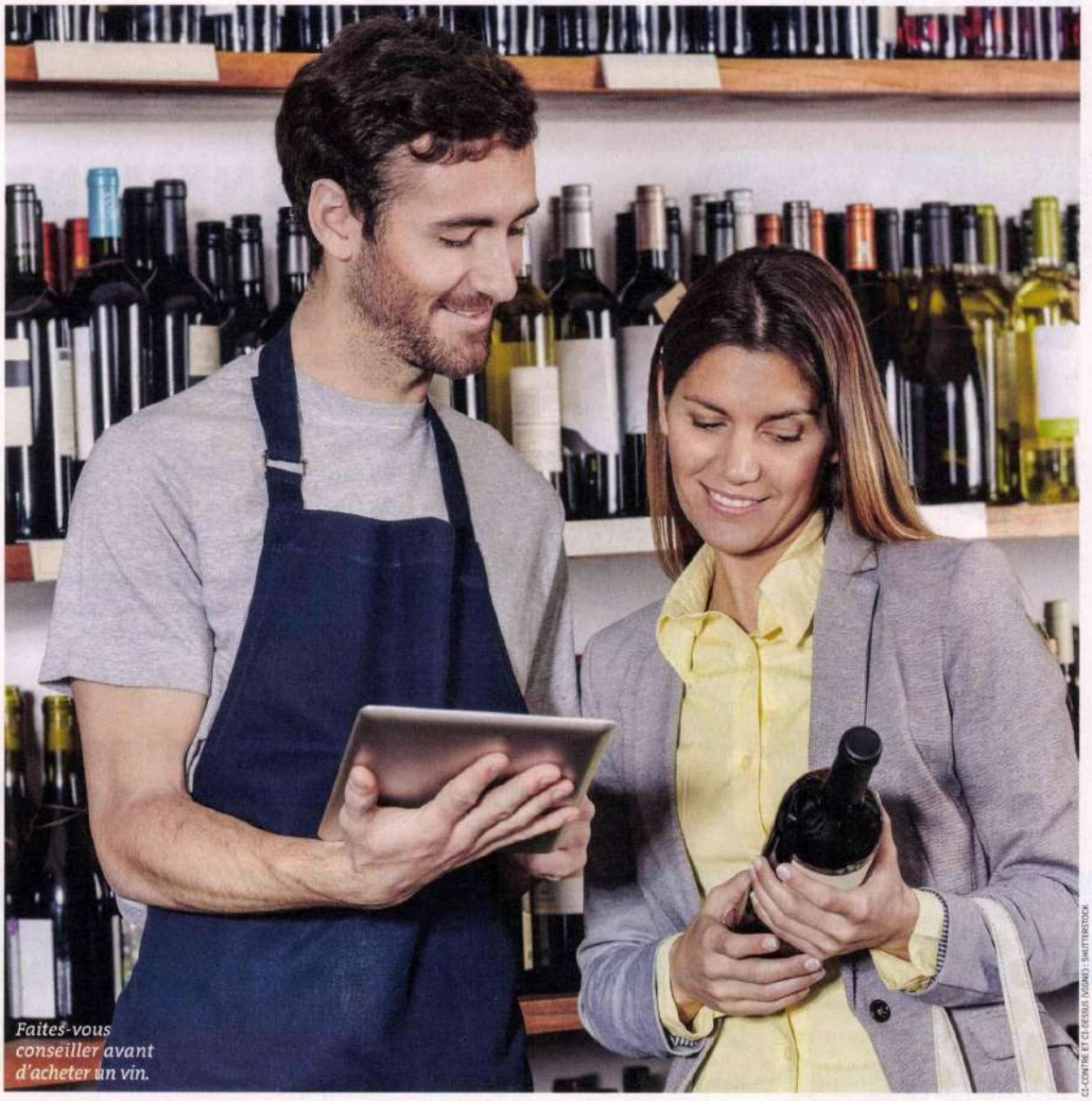
Sujet du média : **Maison-Décoration**

Edition : **Du 26 aout au 1er septembre 2022 P.30-33**

Journalistes : **Corinne Vilder**

Nombre de mots : **1605**

DOSSIER
Foires aux vins



Faites-vous conseiller avant d'acheter un vin.

CI-CONTRE ET CI-DESSUS : VIGNES : SHUTTERSTOCK

Foires aux vins 2022, le temps des bonnes affaires

Sélection affutée issue de nos terroirs, bouteilles au rapport qualité/prix imbattable, millésimes prêts à boire ou à laisser vieillir, vignerons de talent... Tout est prêt pour le rendez-vous incontournable du monde du vin. CORINNE VILDER

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Les foires aux vins représentent environ 10 % des ventes annuelles de vins de la grande distribution. Il s'agit là d'un véritable enjeu commercial pour ces enseignes. Elles rivalisent de sélections et proposent de faire découvrir à leurs clients des centaines de vins aux arômes fruités, issus d'une viticulture bio ou raisonnée, de vins à déguster dès l'achat pour des amateurs qui ne disposent pas de cave ou encore des millésimes à faire bonifier.

Les vins en fête

Les cavistes de renom tel que Nicolas, les sites de vente en ligne comme l'Avenue des vins, les magasins spécialisés, Biocoop par exemple, ne sont pas en reste : tous les canaux de distribution sont en ordre de marche durant ces quelques semaines qui s'échelonnent de la fin août avec les soirées spéciales à début octobre du côté de Lidl et Leclerc qui clôturent leur foire à la liquidation des stocks.

Ce pose alors la question : *"Qu'allons-nous déguster cette année ?"* Le Bordelais légèrement en perte de vitesse ces dernières années semble renouer avec le succès et demeure en tête des offres, en particulier avec les rouges, devant la Bourgogne et la vallée du Rhône. Le Languedoc, lui, n'est pas loin, surtout lorsqu'il affiche un bon rapport qualité-prix.

Un plaisir partagé

Côté performance, le bio, toutes régions confondues, a l'avantage et demeure un critère de choix non négligeable. D'après une enquête Ipsos de 2021, pour l'association interprofessionnelle Sudvinbio, la raison qui motive les Français à consommer du vin bio est le respect de l'environnement garanti par sa culture. Parmi les tendances fortes, les vins de France s'imposent sur toutes les tables surtout lorsqu'ils sont élaborés par une jeune génération de vignerons pour qui le vin est synonyme de plaisir partagé.

L'Avenue des vins

Pour cette nouvelle édition, du 5 au 25 septembre, le site internet Avenue des vins met sur le devant de la scène ses vignerons partenaires, véritables révélateurs de terroirs, avec une sélection sur-mesure, au très bon rapport qualité/prix. C'est donc un tour des régions qui vous est proposé avec des pépites sélectionnées par des sommeliers, une sélection de vins issus de la viticulture bio et de vins nature, des cuvées "coups de cœur" à moins de 10 € ainsi que des champagnes d'exception à moins de 25 €. Une foire aux vins qui privilégie le circuit court, dans une démarche écologique avec une livraison du vigneron au consommateur sans le coût d'intermédiaires.

Des rouges "à boire tôt"

Gourmands, gouleyants, parfois insolites, ces vins "sans chichi", au succès croissant, invitent à la dégustation.

1. Vin de France, famille Laplace, Gare au gorille, Esprit sauvage, env. 6 €, Magasins U.
Une famille de vignerons de Madiran produit ce "vin de copains", à l'excellent rapport qualité/prix. Ce rouge, issu du cépage tannat, offre une matière souple, flatteuse, et une finale fraîche.

2. Bordeaux supérieur, château l'Isle Fort, 2015, env. 8 €, Intermarché.
Le domaine, situé près de la capitale girondine, excelle dans ces vinifications qui font la part belle au fruité et à la souplesse. Idéal pour escorter les grillades.

3. Vin de France, Pierre Vidal, Bad Boy, 2020, env. 6 €, Carrefour
Œnologue de formation, ce négociant de la vallée du Rhône exprime sa passion pour son terroir avec des "vins à partager", tel ce vin à la robe rouge profond et aux arômes de cassis et d'épices. Mourvèdre, grenache et syrah, un assemblage réussi !

4. AOP saint-nicolas-de-bourgueil, famille Amirault-Grosbois, La Butte aux cailles, 2020, env. 14 €, Casino.
Les fidèles du vignoble de la Loire ne rateront pas la belle expression du cépage cabernet franc. Proposez cette cuvée, portée par des fruits rouges et des tannins souples, avec une volaille rôtie.

5. AOC vinsobres, domaine Vallot, Le Coriançon, 2019, env. 9 €, Auchan.
La biodynamie au service de vins de qualité : tel est l'adage de cette famille de la Drôme provençale. Servez cette cuvée, aux tannins soyeux, sur une omelette aux champignons.

6. AOP cabardès, maison Ventenac, "Le P'tit Jules", 2019, env. 7 €, Monoprix.
Cette maison, une des belles signatures du Languedoc, produit cette cuvée, cabernet franc, syrah et merlot, véritable pépite de fraîcheur et de fruité à marier avec la cuisine d'automne, daube, gratin…

BOUTEILLES : SP

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

SHUTTERSTOCK

L'armoire réfrigérée est une bonne alternative pour conserver ses vins.

La cave, où la température reste constante, est idéale.

PHOTOS CI-CONTRE ET VIGNES ET FEUILLES : SHUTTERSTOCK

Des rouges à garder

Les acheteurs des grandes enseignes parcourent les vignobles pour dénicher des cuvées idéales pour reconstituer ses réserves.

1. AOC médoc, château Maison- Blanche, cru bourgeois, 2016, env. 9 €, Intermarché.
Ce château est inscrit depuis 1932 au sein de la famille des crus bourgeois. Ce millésime porté par des saveurs de fruits noirs a un potentiel de garde de 3 à 5 ans.

2. AOC pessac-léognan, domaine de la Solitude, 2020, env. 18 €, magasins U.
Une référence de l'Appellation qui sera à son apogée à partir de 2027. Le vin présente une belle matière en bouche et une concentration de fruits mûrs épicés.

3. AOP bourgogne, hautes-côtes-de-beaune, Nicolas Potel, 2020, env. 11 € Casino.
Cette maison de négoce peut s'enorgueillir de ses nombreux vins médaillés à des concours internationaux. C'est la juste récompense de ses approvisionnements de premier choix comme le prouve ce vin, à déguster d'ici 2 ou 3 ans.

4. AOP margaux, Aurore de Dauzac, 2020, env. 22 €, Carrefour.
Ce grand cru classé sort du rang avec une sélection parcellaire pour que chaque cuvée soit unique. Déjà bien marqué par le fruit, cet assemblage cabernet merlot a une puissance de garde d'au moins 15 ans !

5. AOP cahors, domaine Jean-Luc Baldès, La Chapelle du Clos, 2018, env. 10 €, Intermarché.
Ce vin malbec merlot séduit par son bon équilibre entre rondeur et fruité, son nez de fruits rouges et sa robe rubis. De beaux atouts qui viendront se patiner au fil d'une garde de 5 ans et plus.

6. AOC saint-émilion, grand cru, famille de Bouard de Laforest, n° 3 d'Angélus, 2020, env. 30 €, Leclerc.
Troisième vin de ce somptueux vignoble, il dévoile un nez séduisant qui allie fraîcheur et minéralité. Débouchez-le pour une grande occasion, dans les années 2030!

BOUTEILLES : SP

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Des blancs originaux

Quand l'automne bénéficie d'un climat clément, ces vins sont de plus en plus plébiscités à l'apéritif ou pour escorter un repas léger.

1. AOP côtes-de-duras, Corine Mauro, 2021, env. 9 €, Casino.
Ce domaine du Sud-Ouest, défenseur de la biodynamie, produit un vin issu d'un assemblage subtil de sauvignon blanc et gris, au nez d'agrumes et à l'attaque fraîche.

2. AOC anjou, domaine de Passavant, 2021, env. 11 €, Biocoop.
Un chenin vinifié avec une intensité aromatique et une fraîcheur minérale. Le domaine en agriculture bio et biodynamique se tourne peu à peu vers un écosystème avec écopâturage et rotation des cultures.

3. AOP coteaux d'aix-en-provence, château Calissanne, Les Tours, 2021, env. 6 €, Intermarché.
Cap sur l'arrière-pays provençal pour apprécier ce vin gourmand, délicat et à la fraîcheur citronnée, élaboré à partir des cépages sémillon, rolle, grenache blanc et clairette.

4. AOP coteaux-du-lyonnais, Louis Tête, vieilles vignes, 2021, env. 8 €, Monoprix.
Ce leader des vignobles de la région du Beaujolais propose un chardonnay tout en élégance aux arômes intenses d'agrumes et de fruits blancs. Élevé en fût de chêne, ce vin demande une garde de 2 à 3 ans.

5. AOP savoie-apremont, domaine Philippe et Sylvain Ravier, 2021, env. 7 €, Magasin U.
Les vins de montagne ont gagné leurs lettres de noblesse pour figurer sur les tables gastronomiques. Cette cuvée, cépage jacquère, est minérale, souple, fraîche et aromatique.

6. AOC l'étoile, domaine Généletti, savagnin ouillé, 2018, env. 10 €, Auchan.
Le terroir de Château-Chalon est réputé pour ses vins jaunes. Ce vin élaboré à partir de savagnin, ses saveurs intenses de fruits secs accompagnent les fromages.

Des rosés pour l'été

Dégustez-les l'année qui suit leur millésime, à l'exception des vins de Loire et du Roussillon, au potentiel de vieillissement plus long.

1. AOP corse-sartène, domaine Fiumicicoli, 2021, env. 13 €, Monoprix.
L'appellation sartène est l'un des terroirs de prédilection du cépage sciaccarello. Ce vin à la robe pâle, aux notes de fruit de la passion, de mandarine et de pêche, accompagne les plats épicés.

2. IGP méditerranée, La Belle de Canet, 2021, env. 4 €, Magasins U.
En attente d'une certification AOP (Appellation d'origine contrôlée) côtes-du-luberon, ce vin grenache noir, syrah et merlot offre un nez marqué par les agrumes et des touches florales.

3. AOP cabernet-d'anjou, domaine de Flines, Mon petit secret, 2020, env. 4 €, Casino.
Catherine Motheron est aux commandes depuis 2006. Ce rosé demi-sec à la robe saumon, qui éclate en un bouquet frais de fruits rouges, a été médaillé d'argent au dernier Concours des vins de Loire.

4. AOP côtes-du-roussillon, mas Amiel, Le Plaisir rosé, 2021, env. 8 €, Carrefour.
Ce vaste domaine de la vallée d'Agly n'a jamais failli. Ce rosé bio de caractère sera épatant sur des pâtes à l'encre de seiche ou encore un risotto.

5. AOC languedoc, château Sainte-Colombe, L'Envol, Vignerons de Cascatel, 2021, env. 5 €, Netto.
Les vins des coopératives ont gagné en qualité comme le montre cette cuvée grenache noir, carignan, cinsault aux arômes frais de fruits exotiques.

6. AOP côtes-de-provence, château Cavalier, cuvée Marafiance, 2021, env. 11 €, Nicolas.
Les cépages grenache, syrah, rolle, cabernet sauvignon, cinsault et mourvèdre composent cette cuvée aux notes de petits fruits rouges, de fenouil et de romarin. Ce vin, minéral en bouche, escorte les tartes aux légumes.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

SAVEURS

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Bimestrielle**

Audience : **197000**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Septembre 2022 P.122**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **435**

CARNET D'ADRESSES

NEWS p. 6

Baba au limoncello, Dogliani. En vente chez Eataly : 37, rue Sainte-Croix-de-la-Bretonnerie, 75004 Paris.

Cuvée Kylie Minogue. En vente chez les cavistes et en ligne : boutique-sainteroseline.com

Festival de la tomate et des saveurs. 25, rue Bourdaisière, 37270 Montlouis-sur-Loire. www.labourdaisiere.com

Festival Omnivore. Parc floral de Paris, route de la Pyramide, 75012 Paris. www.omnivore.com

Fourme d'Ambert. Informations sur fourme-ambert.com ou au 04 73 98 69 49.

Gimber. En vente sur la boutique en ligne gimber.com, en épiceries fines, en magasins bio ou en concept stores.

La Halle des Chefs. halledeschefs.fr

Oliviers & co. Vente en ligne et points de vente sur oliviers-co.com

Palais des Thés. Boutique en ligne et liste des points de vente sur palaisdesthes.com

Peugeot. En vente dans les magasins spécialisés et sur peugeot-saveurs.com

RESTOS ET BISTROTS p. 10

Aubergine. 36, avenue Henri-Ginoux, 92120 Montrouge. Tél. : 01 40 84 00 00. aubergine-et-cie.fr

Les Nouveaux Abattoirs. 4, bd d'Austrasie 54000 Nancy. Tél : 03 83 35 46 25.

Top Chef, Le Bistrot. 29, quai Gallieni, 92150 Suresnes. Réservation : thefork.fr

MENUS DE SAISON p. 12

Aleth Vignon. alethvignon.com

Atelier Leto. atelierleto.myportfolio.com

Lucie Faucon. luciefaucon.com

Nous Paris. nousparis.com

Welcome Bio Bazar. welcomebio.fr

GOURMET p. 20

Atelier Leto. atelierleto.myportfolio.com

Jars. jarsceramistes.com

Laurette Broll. laurettebroll.com

L'Atelier M. latelier-m.com

Revol. revol1768.com

Riess. riess.at

Sabre. sabre.fr

FLACONS CHOISIS p. 38

Aldi. www.aldi.fr

Auchan. www.auchan.fr

Avenue des Vins. www.avenuedesvins.fr

Carrefour. www.carrefour.fr

Casino. www.casino.fr

Eataly. www.eataly.fr

E. Leclerc. www.e.leclerc/e/concepts-eleclerc

Franprix. www.franprix.fr

Intermarché. www.intermarche.com

Le Savour. www.lesavour.fr

Le Vin qui Parle. www.levinquiparle.fr

Les Passionnnés du Vin. www.lespassionnesduvin.com

Magasins U. www.magasins-u.com

Millesimes.com. www.millesimes.com

Monoprix. www.monoprix.fr

Nicolas. www.nicolas.com

Nysa. www.nysa.fr

VandB. www.vandb.fr

Veepee.fr. www.veepee.fr

Vinatis. www.vinatis.com

Vin Malin. www.vin-malin.fr

PORTRAIT DE VIGNERON p. 44

Jean-Marc Tard, Domaine des Jumeaux. 30, rue de la Mairie, 85310 Rives-de-l'Yon.

LE DESSERT DU DIMANCHE p. 60

Brutal Ceramics. brutalceramics.com

Laurette Broll. laurettebroll.com

The Socialite Family. thesocialitefamily.com

PORTRAIT DE TALENT p. 62

Florent Pietravalle, La Mirande. 4, place de l'Amirande, 84000 Avignon. Tél. : 04 90 14 20 20.

DESSERT DE PRO p. 66

Carl Marletti. 51, rue Censier, 75005 Paris. Tél. : 01 43 31 68 12. Ouvert du mardi au samedi, de 10 h à 20 h, et dimanche et jours fériés, de 10 h à 13 h 30. Fermé le lundi.

LE HAUT DU PANIER p. 96

Fromagerie Joseph Paccard. Les Bréviaires, 74230 Manigod. Tél. : 04 50 44 07 50.

GAEC Le Vent des Cimes. Bois Berger, 74230 Serraval. Tél. : 04 50 64 14 93 et 04 50 64 19 35.

ZOOM p. 102

Syndicat du piment d'Espelette. pimentdespelette.com

Tissage de Luz. tissagedeluz.com

L'ITALIE DE LAURA ZAVAN p. 108

Eataly. 37, rue Sainte-Croix-de-la-Bretonnerie, 75004 Paris. eataly.fr

ENIT (office national de tourisme italien). 23, rue de la Paix, 75002 Paris. www.italia.it Tél. : 06 18 98 47 78. Email : infoitalie.paris@enit.it

Laura Zavan. www.laurazavan.com

Les Deux Siciles. www.lesdeuxsiciles.fr

Rap. 4, rue Fléchier, 75009 Paris. www.rapparis.fr

Prochain numéro en kiosque le 7 octobre.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Maxi Cuisine

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **1285000**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Septembre 2022 P.52-54**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **857**

Côté vin

Sélection des foires aux vins

À MOINS DE 10 €

La rentrée est rythmée, depuis près de 40 ans, par les foires aux vins. Ce rendez-vous est l'occasion de sortir des sentiers battus en découvrant d'autres appellations ou de nouveaux cépages.

Par Miss TchinTchin

NOS ROUGES (DU PLUS FRUITÉ AU PLUS CHARPENTÉ)

Vin de France

Un 100 % pinot noir décomplexé, hors du cahier des charges d'une AOC. Léger et fruité. Mr. Pinot, *E.Leclerc*, 3,95 € *la bouteille de 75 cl.*

Régnié (Beaujolais)

Voilà l'un des dix crus du Beaujolais injustement méconnus, 100 % gamay. Fruité. Domaine David Meziat 2019, *Magasins U*, 6,30 € *la bouteille de 75 cl.*

Touraine (Vallée de la Loire)

Un 100 % malbec, roi du cahors, appelé côt en Touraine. Tannins souples. Mon Coco 2020, Famille Bougrier, *Nicolas*, 8 € *la bouteille de 75 cl.*

L'enseigne E.Leclerc est-elle vraiment à l'origine de la foire aux vins ?

Oui, c'est exact, notre première foire aux vins date de 1973. Mon père était un pionnier du circuit court et le vin en faisait partie. Cette animation a fait sortir le grand vin de son cadre élitiste et l'a rendu plus accessible. Dans les années 2000, l'arrivée de femmes spécialistes a également contribué à rendre l'univers du vin moins masculin.

L'offre a-t-elle évolué depuis l'origine ?

Chaque année, on repart d'une page blanche. On déguste tout à l'aveugle et, sur environ 2 000 vins, 250 sont proposés dans nos magasins – une offre complétée par des sélections régionales. Le premier critère, c'est la dégustation, puis les volumes et le rapport qualité-prix. Cette année, la thématique porte sur les jeunes vignerons, car nous pensons qu'ils sont plus à même de convaincre les jeunes consommateurs avec des vins actuels, de France, et des étiquettes plus modernes. La jeune génération n'a plus les mêmes codes. L'esthétique classique est considérée aujourd'hui comme un peu désuète.

Les consommateurs sont-ils en attente de conseils ?

Oui, et c'est valable dans tous les domaines. Des études montrent qu'on se renseigne avant d'aller en magasin. Le vin fonctionne beaucoup à la recommandation. C'est un marché assez prescripteur. Nous travaillons avec l'application WineAdvisor, qui permet de récupérer des notes, des commentaires, et qui aide à choisir son vin. Les passionnés ne regardent pas le côté marchand.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Côté vin

NOS BLANCS (DU PLUS SEC AU PLUS DOUX)

Vin de France

Un vin libre car non soumis au cahier des charges d'une AOC. Fruité et vif (100 % chenin). L'Un des sens, Les Éclaireurs, *E.Leclerc*, **4,70 €** *la bouteille de 75 cl.*

Menetou-salon (Vallée de la Loire)

Un très bon rapport qualité-prix. Vif et fruité (100 % sauvignon blanc). Les Birettes 2021, Antoine de la Farge, *Carrefour*, **8,95 €** *la bouteille de 75 cl.*

Saint-bris (Bourgogne)

Une exception en Bourgogne, où le chardonnay domine. Fruité (100 % sauvignon blanc). Les Carriatans 2021, Domaine du Bouchat, *Lidl*, **6,99 €** *la bouteille de 75 cl.*

Languedoc

Un chardonnay du Sud. Fruité et rond, avec une pointe acidulée (100 % chardonnay). Cosmic 2019, *Aldi*, **4,99 €** *la bouteille de 75 cl.*

Saint-mont (Sud-Ouest)

Une région et des cépages à découvrir. Fruité et rond (60 % gros manseng, 20 % petit courbu, 20 % arrufiac). Les Cépages préservés 2020, Plaimont, *Nicolas*, **7 €** *la bouteille de 75 cl.*

Alsace grand cru

Un vin caméléon et séduisant. Très aromatique (100 % pinot gris). Pinot Gris grand cru Steinert 2017, Pfaff, La Cave des vignerons de Pfaffenheim, *Intermarché*, **7,80 €** *la bouteille de 75 cl.*

Notre coup de cœur

Cheverny

Vin doux et fruité, idéal en apéritif ou avec poisson, crustacés et coquillages. Cuvée Émotion, 2020, *Auchan*, **4,73 €** *la bouteille de 75 cl.*

Côtes-de-gascogne (Sud-Ouest)

Le bon allié de la cuisine épicée. Doux et aromatique (100 % gros manseng). Domaine Candeo 2021, *Carrefour*, **5,95 €** *la bouteille de 75 cl.*

Dates de quelques foires au vin

- **ALDI** : à partir du 6 septembre 2022
- **CARREFOUR** du 27 septembre au 10 octobre 2022
- **INTERMARCHÉ** du 6 au 25 septembre 2022
- **E.LECLERC** à partir du 4 octobre 2022
- **LIDL** à partir du 7 septembre
- **NICOLAS** du 7 septembre au 4 octobre 2022
- **MAGASINS U** du 27 septembre au 8 octobre 2022
- **NETTO** du 1er au 19 septembre 2022

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Maxi Cuisine

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **1285000**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Septembre 2022 P.80**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **366**

Adresses

Échos gourmands, p. 6
Café joyeux, sur Cafejoyeux.com
La Grande Débarque, sur Lagrandedebarque.fr
Mucem, sur Mucem.org
Nespresso, sur Nespresso.com
Ricard, sur Ricard.com
Tiramisu World Cup, sur Tiramisuworldcup.com

Déco, p. 36
Alinea, au 0 969 323 551 et sur Alinea.fr
Casa, sur Fr.casashops.com
Casino, au 0 800 13 30 13
Côté table, au 05 56 69 68 68 et sur Cote-table.com
E.Leclerc Maison, au 09 69 32 42 52
Hema, au 01 40 39 94 61 et sur Hema.fr
Ikea, au 0969362006 et sur Ikea.com/fr
Jardiland, sur Jardiland.com
Jardin d'Ulysse, sur Jardindulysse.com
Monoprix, au 0 800 03 9000 et sur Monoprix.fr
Nydel, au 03 27 82 94 39 et sur Nydel-france.fr
Primark, sur Primark.com
Sabre, au 01 30 09 50 00 et en grands magasins
Sema design, au 05 34 60 86 68 et sur Semadesign-deco.fr
Zôdio, sur Zodio.fr

Mieux connaître, p. 38
Ajinomoto, sur Ajinomoto.fr et en GMS
Danival, sur Danival.fr
Hikari Miso, sur Hikarimiso.fr
Tanoshi, sur Tanoshi.fr et en GMS

Choisir sa cocotte, p. 42
Cookut, sur Cookut.com
Le Creuset, sur Lecreuset.fr
Mathon, sur Mathon.fr
Pyrex, sur Pyrex.fr
Sitram, sur Sitram.fr

Foire aux vins, p. 52
Aldi, sur Aldi.fr
Auchan, sur Auchan.fr
Carrefour, sur Carrefour.fr
E.Leclerc, sur E.leclerc
Intermarché, sur Intermarche.com
Lidl, sur Lidl.fr
Netto, sur Netto.fr
Nicolas, sur Nicolas.com
U, sur Magasins-u.com

Tout nouveau, tout bon, p. 60
À Bicyclette, en GMS
Bonduelle, en GMS
Bonne Maman, sur Bonne-maman.com
Charal, en GMS
Ferrero, en GMS
Fleury Michon, en GMS
Kremly, en GMS
La Boulangère, sur Laboulangere.com
La Maison Guiot, sur Lamaisonguiot.com et en GMS
La Tourangelle, sur Latourangelle.fr
Le Ster, sur Lesterlepatissier.com
L'Or Espresso, sur Lorespresso.com/fr_fr
Maison de Corée, chez Monoprix
Maison Jougla, sur Maisonjougla.com
Nestlé, en GMS
Papa Sauce, sur Papa-sauce.fr
Rians, en GMS au rayon frais
St Mamet, en GMS au rayon frais
St-Michel, en GMS
Teisseire, en GMS
Tyrrells, en GMS
Vière, sur Aubertetmathieu.com

Tourisme, p. 74
Ferme Etxeberria, à Itxassou, au 06 77 00 16 41 et sur Ossau-iraty.fr
Ferme Pinpirina, à Itxassou, au 05 59 29 78 82 et à laurencelastiri@orange.fr
Idoki, sur Producteurs-fermiers-pays-basque.fr
Jean De Luz, à Saint-Jean-de-Luz, au 05 59 47 11 43 et sur Jeandeluz.com
Monsieur Txokola, à Bayonne, au 05 59 15 66 94 et sur Monsieurtxokola.fr
Infos tourisme, sur Tourisme64.com

Shopping percolateur, p. 78
Delonghi, sur Delonghi.com
EssentielB, sur Boulanger.com
Krups, sur Krups.fr
Riviera & Bar, sur Riviera-et-bar.fr
Sage, sur Sageappliances.com/eu/fr
Senya, sur Senya.fr

Accords mets/vins
Château Martignac, chez les cavistes
Domaine Baron de l'Écluse, sur Barondelecluse.com
Lidl, sur Lidl.fr
Prémices de Lamourette, chez les cavistes
Zellenberg riesling, sur Alsace-jean-huttard.fr

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

PRODUITS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Web FRA

LE FIGARO.fr vin

avis-vin.lefigaro.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **162800**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

5 Aout 2022
Journalistes : **Valérie Faust**
Nombre de mots : **1394**

Visualiser l'article

Mas du Silène 2019, Grés de Montpellier, Languedoc rouge

Cette semaine, une cuvée languedocienne de syrah, de grenache et de cinsault

Originaire de Pézenas, la ville où Molière et sa troupe se produisirent entre 1650 et 1656, Jean-Claude Mas a décidé de se mettre en avant sur la scène viticole internationale. Depuis 2000, l'inspiré entrepreneur a bâti un empire et une marque : les domaines Paul Mas. Il a conquis des territoires viticoles : 15 domaines et pas moins de 850 hectares de vignes du Rhône aux Pyrénées, des Cévennes à la Méditerranée.

» À LIRE AUSSI : Vin et innovation : en Languedoc-Roussillon, berceau du meilleur rosé du monde et du premier vignoble dédié au vin sans alcool

En 2014, il devient propriétaire de Silène des Peyrals, au coeur d'une zone classée Natura 2000. Ce petit paradis compte 52 hectares, dont 28 hectares de vigne conduits selon les principes de la biodynamie. Vassal du premier vin, Mas du Silène provient de cépages de syrah , de grenache et de cinsault . Doté de senteurs de cerise noire, florales, de garrigue, il s'ouvre sur une bouche veloutée, puissante et tonique, marquée par cette belle acidité naturelle qui fait la force du terroir. Poivre et réglisse rejoignent la fraîcheur en finale. Une véritable bombe aromatique et un formidable rapport qualité-plaisir.

Prix : 10,30 €, en exclusivité chez Nicolas (Paulmas.com).

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LE FIGARO MAGAZINE

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **1358000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **Du 05 au 06 aout 2022 P.82**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **194**

DANS LES VERRES...

MAS DU SILÈNE 2019, GRÉS DE MONTPELLIER, LANGUEDOC ROUGE

Originaire de Pézenas, la ville où Molière et sa troupe se produisirent entre 1650 et 1656, Jean-Claude Mas a décidé de se mettre en avant sur la scène viticole internationale. Depuis 2000, l'inspiré entrepreneur a bâti un empire et une marque : les domaines Paul Mas. Il a conquis des territoires viticoles : 15 domaines et pas moins de 850 hectares de vignes du Rhône aux Pyrénées, des Cévennes à la Méditerranée. En 2014, il devient propriétaire de Silène des Peyrals, au cœur d'une zone classée Natura 2000. Ce petit paradis compte 52 hectares, dont 28 hectares de vigne conduits selon les principes de la biodynamie. Vassal du premier vin, Mas du Silène provient de cépages de syrah, de grenache et de cinsault. Doté de senteurs de cerise noire, florales, de garrigue, il s'ouvre sur une bouche veloutée, puissante et tonique, marquée par cette belle acidité naturelle qui fait la force du terroir. Poivre et réglisse rejoignent la fraîcheur en finale. Une véritable bombe aromatique et un formidable rapport qualité-plaisir.

Valérie Faust

Prix : 10,30 €, en exclusivité chez Nicolas *(Paulmas.com).*

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9617943600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LE FIGARO.fr vin

avis-vin.lefigaro.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **162800**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

21 Aout 2022
Journalistes :
Jean-Pierre Saccani
Nombre de mots : **3350**

Visualiser l'article

Whiskies : les sept péchés capiteux de l'été

Halte aux clichés : non, l'eau-de-vie maltée n'est pas réservée aux longues soirées d'hiver au coin de la cheminée. Mieux, certains whiskies se révèlent pleinement en été. La preuve avec une sélection pleine de douceur, de fraîcheur et de fruits goûteux.

Waterford Broomsland Edition 1.1

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Distillé à partir d'orge récolté en 2015 dans une seule ferme, celle de Broomsland dans le comté irlandais du Wexford, ce whisky est la fraîcheur incarnée. Sa palette aromatique qui oscille entre touches de raisin blanc, de fruits rouges et d'agrumes (orange sanguine) parachève cette impression estivale.

Disponible sur www.whisky.fr à 79,90 €.

» A LIRE AUSSI : On a goûté le plus vieux Single Malt du monde

Ed Gwenn

Connue pour les whiskies Eddu à base de blé noir, la distillerie des Menhirs produit aussi Ed Gwenn, une cuvée plus confidentielle, distillée à partir d'orge. Vieillie durant quatre ans dans des fûts de chêne, cette eau-de-vie détonne avec ses notes de fruits exotiques (mangue, ananas, banane flambée). Ne pas hésiter à la déguster légèrement rafraichie.

Disponible sur www.distillerie.bzh 63 €.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Loch Lomond Single Grain

Un Ecossais des Highlands (100 % orge maltée) à découvrir sans tarder. Vieilli de quatre à cinq ans, ce single grain (le produit d'une seule distillerie de grains) se distingue par sa vivacité et ses arômes d'agrumes mâtinés de vanille. Sa finale marquée par une profusion de notes fruitées en fait un compagnon de choix pour longues soirées méditatives en terrasse.

Disponible sur www.nicolas.com à 38,80 €.

Benjamin Kuentz Vegetal Musette

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Editeur de whisky, Benjamin Kuentz sélectionne toutes ses eaux-de-vie en France. Celle-ci arrive des Charentes et elle est affinée en ex-fûts de cognac. Des notes d'eucalyptus, de pomme, de citron et de poivre vert lui apportent une belle fraîcheur qui prend tout son relief avec un léger rajout d'eau gazeuse.

Disponible sur www.maisonbenjaminkuentz.com à 62 €.

The Irishman The Harvest

Triplement distillé comme le veut la tradition irlandaise, cet assemblage de single malts et de single Pot Still est vif comme l'éclair. Ses arômes de pêche mûres titillées par des touches de poivre noir requinquent le palais avant de le tapisser d'un léger voile de caramel digne d'un grand dessert.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Disponible sur www.dugasclubexpert.fr à 43 €.

Glan Ar Mor Cognac Cask

Signé par la Celtic Whisky Distillerie, ce single cask (514 bouteilles) a bénéficié d'une double maturation en ex-fûts de bourbon puis de cognac du Domaine du Pérat. Une cuvée iodée qui ne peut renier ses origines bretonnes mais des notes insistantes de vanille et de noix de coco emmènent l'amateur voguer dans les mers du Sud. A déguster pur... à la fraîche.

Disponible sur www.comptoir-irlandais.com à 129 €.

Glenfiddich Orchard Experiment

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Une curiosité élevée quatre mois dans un fût de Somerset Pomona, une liqueur anglaise obtenue à partir d'un mélange de jus de pommes frais et de brandy de cidre. Mais comme dans les Tontons Flingueurs, « y'a pas seulement que d'la pomme », il y a aussi un single malt typique du Speyside. Doux, idéal pour l'été donc.

Disponible sur www.whiskylodge.com à 52,50 €.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

SECTEUR DU VIN ET DES CAVISTES

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

LE PROGRÈS

Famille du média : **PQR/PQD**
(Quotidiens régionaux)

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **794000**

Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **06 aout 2022 P.21**

Journalistes : **Paul GANASSALI**

Nombre de mots : **1385**

SÉRIE

Le beaujolais mode d'emploi

Un petit peu de mauvaise foi pour commencer. Le monde se divise en deux catégories de personnes : ceux qui aiment le beaujolais, et ceux qui ne le connaissent pas encore suffisamment.
Les premiers savent toute la richesse et la diversité du gamay, capable d'exploser en fruits faciles comme de donner le meilleur de lui-même sur les sols granitiques et siliceux du Beaujolais. D'être complet et élégant, tantôt festif et bon vivant, ou tendre et délicat, mais aussi se faire plus charnu. Donner un coup de chic à un dîner ou se trinquer autour d'un barbecue. Sans parler des blancs, des rosés et des pétillants qui s'ajoutent à la gamme.
Les seconds, encore coincés dans des a priori du temps jadis, continuent de croire au mythe du mauvais beaujolais. Ils confondent le primeur, peut-être produit avec un certain excès il y a trente ans, et la réalité de la production actuelle. Ils pensent ainsi que le beaujolais est un vin pour la cuisine paresseuse, pour ceux qui ont abandonné les conseils d'accords des sommeliers. Et oublient que le primeur est simplement un faire-part de naissance. Une annonce festive de ce qui arrive part la suite, dans toute sa richesse et sa diversité.
Comme à la rédaction du *Progrès*, nous faisons partie de la première catégorie, nous proposons, chaque samedi, de l'approche des vendanges aux Sarmentelles, une longue série pour revenir sur toute la diversité offerte par le beaujolais. Seize semaines au total pour partir en balade dans le vignoble et raconter ceux qui le font.

Plus de 2000 hommes et femmes exploitent les vignes du Beaujolais. Infographie Progrès/Paul GANASSALI

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1391053600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Chaque samedi, de l'approche des vendanges aux Sarmentelles, nous vous proposons une longue série pour revenir sur toute la diversité offerte par le beaujolais. Photo Progrès/Paul GANASSALI

Dans l'ère du temps : place au nouveau beaujolais

Ces dernières années, le beaujolais a réussi à se faire une place grâce à une nouvelle clientèle quelque peu inattendue.

Et il est devenu tendance. Car oui, le vin répond à une mode. « Par exemple pendant dix ans, tout le monde voulait le rosé le plus clair possible. Ce qui n'a absolument rien à voir avec la qualité », raconte Simon, caviste chez Nicolas, à Lyon.

Quand pendant des années, on cherchait des vins fortement boisés, vanillés, épais, riches en goût, en alcool et en texture, des « vins de papa » ; une nouvelle génération de consommateurs se tournait vers des saveurs plus légères, moins concentrées, qui font écho à une cuisine elle aussi en mouvement et dont les goûts visent la finesse.

« Il n'y a plus de honte à apprécier justement un vin délicat et fruité, notamment pour la gent masculine. Cette évolution de l'image du Beaujolais et notamment de ses crus, commence à se diffuser très sérieusement. Notamment auprès des jeunes qui veulent de plus en plus connaître ce qu'ils ont dans leur verre. Et il était grand temps que les vins du Beaujolais soient considérés à leur juste valeur ! » abonde Jean-Christophe Pellat, créateur de La petite cave, une formation en ligne pour apprendre à déguster le vin. En d'autres termes, le beaujolais, vin de copain, de terroir et de tradition par excellence, serait devenu bobo. Et ce n'est pas un gros mot.

La mauvaise réputation

Une mauvaise réputation un petit peu ringarde continue pourtant de lui coller aux basques. « Souvent, on me dit, "je ne connais pas grand-chose, mais je n'aime pas trop le beaujolais" », regrette Louis, serveur dans un restaurant bistronomique de Paris, et amoureux du Beaujolais. « Parfois, je fais goûter sans montrer l'étiquette, et les gens sont toujours agréablement surpris. » Même mauvaise foi chez les cavistes, où des clients assurent détester le beaujolais, mais adorer le morgon... qu'ils situent en Bourgogne.

« Le beaujolais a toujours gardé la cote dans le milieu du vin à l'international, mais il a longtemps été moqué, boudé, par les Français et les soi-disant connaisseurs », analyse Pierre-Yves Lanion, rédacteur à In vino.

« Pendant une vingtaine d'années, il a été de bon ton de taper sur le beaujolais. Mais cela a poussé à faire mieux », assure Vincent Pivot, caviste à Limas et ancien viticulteur à Quincié. « C'est en partie aussi grâce aux nouvelles générations.

Les nouveaux exploitants ont fait des études, ont voyagé pour étudier le viennent avec connaissance.

Surtout, ils échangent beaucoup entre eux, ce qui crée une véritable émulsion du savoir-faire. De nos jours, il n'y a plus de mauvais vin. Les prix ont un petit peu augmenté, et c'est normal, car la qualité est systématiquement au rendez-vous. »

Avant/après

Les temps changent et les vignerons semblent avoir de plus en plus de maîtrise de leur produit, notamment sur sa commercialisation. Pendant des années, les négociants, très nombreux, ont en partie fait la pluie et le beau temps sur les vignes du Beaujolais. Aujourd'hui, la plupart des vignerons contrôlent leur produit du début à la fin et sont autant des producteurs que des vendeurs.

Les marques se sont multipliées. Les goûts aussi. Et puis, avec le réchauffement climatique, les degrés augmentent, sur le thermomètre comme dans la bouteille, le fruit étant plus mûr. La couleur se fait plus foncée, le vin plus rond. Le mode de consommation a lui aussi évolué. Aujourd'hui, les gens consomment moins, mais consomme mieux. Si certains jugent encore sa mue trop lente, force est de constater que le beaujolais s'est particulièrement bien adapté. Et a su changer pour coller à son temps.

Paul GANASSALI

Si certains jugent encore sa mue trop lente, force est de constater que beaujolais s'est èrement bien Et a su changer pour coller à son temps. Photo Progrès/Paul GANASSALI

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1391053600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Carte d'identité

Deux cépages
Le gamay noir à jus blanc, cépage emblématique du beaujolais avec ses belles grappes compactes, ses feuilles plates et peu découpées. Le chardonnay, pour des vins racés, séduisants et inattendus ;

12 AOC
Deux appellations régionales (beaujolais et beaujolais villages) et dix crus (brouilly, cote de brouilly, régnié, morgon, chiroubles, fleurie, moulin-à-vent, chénas, juliénas et saint-amour) ;

39 villages
Traversés par la route des vins du Beaujolais, qui s'étend de Lyon à la Bourgogne, des contreforts du Massif central aux rives de la Saône ;

14 500 ha
C'est la taille revendiquée par le vignoble sur l'ensemble des 12 AOC ;

Plus de 2000
Le nombre d'exploitations ;

650 000 hectolitres
La production annuelle moyenne ;

1936
L'année de naissance des premières AOC du Beaujolais ;

1951
L'année de naissance des premiers beaujolais nouveaux commercialisés.

Source : Interbeaujolais

C'est l'histoire d'un vignoble...

Dès la chute de l'Empire romain, les moines des grandes abbayes de la région se sont lancés dans la viticulture. Mais c'est au XVIIe siècle que le vignoble du Beaujolais a connu un véritable essor, en alimentant le marché lyonnais grâce au transport de barriques sur la Saône. Les notables de la région ont commencé à vanter les qualités de ce vignoble. Et les nouvelles voies de communication, comme le canal de Briare, creusé entre la Loire et la Seine, ont placé le Beaujolais sur une importante route commerciale entre le sud de la France et Paris.

Parallèlement, le beaujolais est devenu le vin des Canuts, les ouvriers de la soie. Des privilèges commerciaux ont été négociés avec Paris et Lyon selon une répartition nord-sud : les vignerons du nord commerçaient avec la capitale, ceux du sud avec leur voisine lyonnaise. Le Beaujolais est alors devenu le premier fournisseur des tavernes lyonnaises et des fameux bouchons.

Au XIXe siècle, l'arrivée du chemin de fer va accélérer l'expansion du vignoble. Les vignerons du Beaujolais pouvaient désormais distribuer plus rapidement leurs productions, notamment à Paris. Les crus sont ensuite apparus, à partir de 1936, mais l'explosion a bien sûr eu lieu en 1951, avec l'arrivée du beaujolais nouveau. Le primeur s'est alors exporté partout dans le monde, près de 50 % de la production lui étant consacrée.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1391053600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

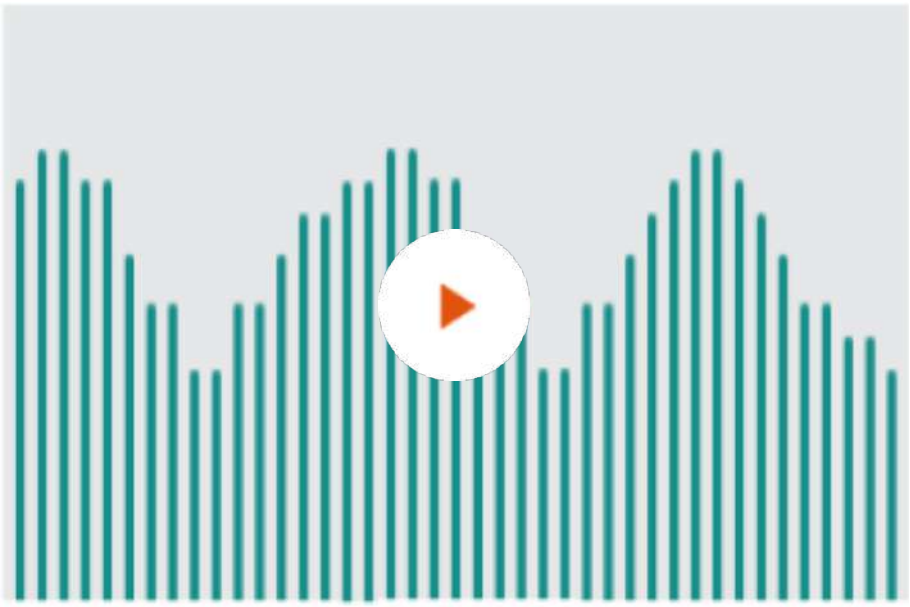
Radio FRA

Europe 1

Europe Matin - Week-end

20 Aout 2022
Durée de l'extrait : **00:01:40**
Heure de passage : **06h07**
Disponible jusqu'au :
19 Octobre 2022

LM **Lénaïg MONIER**



Résumé: Journal - Les Français consomment davantage de vin rosé cet été. Entre mai et juillet, les ventes ont bondi de 10% par rapport à l'an passé. Itw de Maurice, caviste chez Nicolas.

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
N.C
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
N.C

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220215307

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

YAHOO! ACTUALITÉS

fr.news.yahoo.com

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**
Audience : **1418298**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

20 Aout 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **1668**

Visualiser l'article

Vin : pourquoi le rosé est-il la boisson incontournable de cet été ?

Chaleur oblige, les Français consomment davantage de rosé cet été. Entre mai et juillet, les ventes ont bondi de 10 % par rapport à la même période l'an passé. Alors, quelle est la recette de ce succès ? "Je pense que c'est lié à la chaleur et la canicule . Le rosé, bien frais avec des glaçons, ça passe tout seul", avance Anthony Crisane, qui n'en revient toujours pas. Ce restaurateur de Bormes-les-Mimosas n'a jamais autant vendu de bouteilles de rosé. Et les chiffres sont sans appel : "le rosé représente 80 % des ventes cette saison", souligne-t-il.

20 bouteilles par an et par Français en moyenne

Le rosé est pourtant plus noble qu'il n'y paraît. Dans la cave du château Sainte-Marguerite, Olivier Fayard nous dévoile son secret de fabrication. "La recette du rosé des Côtes de Provence, c'est le climat, ses trois cépages principaux, grenache, cinsault, vermentino et le savoir-faire." Mais pour lui, il y a un autre paramètre. "Le rosé, ça se boit beaucoup plus facilement que le rouge. Quand il y a des tables de cinq ou six personnes, il n'y a pas d'hésitation. Les gens le prennent directement en apéritif."

>> Retrouvez Europe matin week-end en podcast et en replay ici

Enfin, attention aux arnaques car tous les rosés ne se valent pas. Maurice, caviste chez Nicolas, nous donne ses conseils. "Il faut savoir avec quoi le manger, savoir si c'est un rosé plaisir qu'on va partager ou un rosé qui va avoir plus de cran. Et la couleur ne doit pas être un critère de choix." Doux ...

Lire la suite sur Europe1

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web USA

FROM Press

pressfrom.info

Famille du média : **Médias étrangers**
Audience : **128787**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

20 Aout 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **2046**

Visualiser l'article

Vin : pourquoi le rosé est-il la boisson incontournable de cet été ?

Le rosé est sans doute la boisson phare de cet été. Avec les vagues de chaleur, les ventes ont augmenté de 10% entre mai et juillet par rapport à la même période l'an dernier. Un engouement qui se ressent également du côté des cavistes et des restaurateurs qu'Europe 1 a rencontrés dans le sud de la France.

Chaleur oblige, les Français consomment davantage de rosé cet été. Entre mai et juillet, les ventes ont bondi de 10 % par rapport à la même période l'an passé. Alors, quelle est la recette de ce succès ? "Je pense que c'est lié à la chaleur et la canicule . Le rosé, bien frais avec des glaçons, ça passe tout seul", avance Anthony Crisane, qui n'en revient toujours pas. Ce restaurateur de Bormes-les-Mimosas n'a jamais autant vendu de bouteilles de rosé. Et les chiffres sont sans appel : "le rosé représente 80 % des ventes cette saison", souligne-t-il.

20 bouteilles par an et par Français en moyenne

Le rosé est pourtant plus noble qu'il n'y paraît. Dans la cave du château Sainte-Marguerite, Olivier Fayard nous dévoile son secret de fabrication. "La recette du rosé des Côtes de Provence, c'est le climat, ses trois cépages principaux, grenache, cinsault, vermentino et le savoir-faire." Mais pour lui, il y a un autre paramètre. "Le rosé, ça se boit beaucoup plus facilement que le rouge. Quand il y a des tables de cinq ou six personnes, il n'y a pas d'hésitation. Les gens le prennent directement en apéritif."

Enfin, attention aux arnaques car tous les rosés ne se valent pas. Maurice, caviste chez Nicolas, nous donne ses conseils. "Il faut savoir avec quoi le manger, savoir si c'est un rosé plaisir qu'on va partager ou un rosé qui va avoir plus de cran. Et la couleur ne doit pas être un critère de choix." Doux ou robuste, en moyenne, les Français en consomment 20 bouteilles par an.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Famille du média : **Radios Nationales**
Audience : **4730735**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

20 Aout 2022
Journalistes : **Alexis Delafontaine**
Nombre de mots : **2065**

www.europe1.fr

Visualiser l'article

Vin : pourquoi le rosé est-il la boisson incontournable de cet été ?

vidéo:https://www.europe1.fr/societe/vin-pourquoi-le-rose-est-il-la-boisson-incontournable-de-cet-ete-4129181

Le rosé est sans doute la boisson phare de cet été. Avec les vagues de chaleur, les ventes ont augmenté de 10% entre mai et juillet par rapport à la même période l'an dernier. Un engouement qui se ressent également du côté des cavistes et des restaurateurs qu'Europe 1 a rencontrés dans le sud de la France.

Chaleur oblige, les Français consomment davantage de rosé cet été. Entre mai et juillet, les ventes ont bondi de 10 % par rapport à la même période l'an passé. Alors, quelle est la recette de ce succès ? "Je pense que c'est lié à la chaleur et la canicule . Le rosé, bien frais avec des glaçons, ça passe tout seul", avance Anthony Crisane, qui n'en revient toujours pas. Ce restaurateur de Bormes-les-Mimosas n'a jamais autant vendu de bouteilles de rosé. Et les chiffres sont sans appel : "le rosé représente 80 % des ventes cette saison", souligne-t-il.

20 bouteilles par an et par Français en moyenne

Le rosé est pourtant plus noble qu'il n'y paraît. Dans la cave du château Sainte-Marguerite, Olivier Fayard nous dévoile son secret de fabrication. "La recette du rosé des Côtes de Provence, c'est le climat, ses trois cépages principaux, grenache, cinsault, vermentino et le savoir-faire." Mais pour lui, il y a un autre paramètre. "Le rosé, ça se boit beaucoup plus facilement que le rouge. Quand il y a des tables de cinq ou six personnes, il n'y a pas d'hésitation. Les gens le prennent directement en apéritif."

Enfin, attention aux arnaques car tous les rosés ne se valent pas. Maurice, caviste chez Nicolas, nous donne ses conseils. "Il faut savoir avec quoi le manger, savoir si c'est un rosé plaisir qu'on va partager ou un rosé qui va avoir plus de cran. Et la couleur ne doit pas être un critère de choix." Doux ou robuste, en moyenne, les Français en consomment 20 bouteilles par an.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

msn

www.msn.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **7348758**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

20 Aout 2022
Journalistes : **Alexis Delafontaine**
Nombre de mots : **2187**

Visualiser l'article

Vin : pourquoi le rosé est-il la boisson incontournable de cet été ?

© GERARD JULIEN / AFP

Le rosé est sans doute la boisson phare de cet été. Avec les vagues de chaleur, les ventes ont augmenté de 10% entre mai et juillet par rapport à la même période l'an dernier. Un engouement qui se ressent également du côté des cavistes et des restaurateurs qu'Europe 1 a rencontrés dans le sud de la France.

Chaleur oblige, les Français consomment davantage de rosé cet été. Entre mai et juillet, les ventes ont bondi de 10 % par rapport à la même période l'an passé. Alors, quelle est la recette de ce succès ? "Je pense que c'est lié à la chaleur et la canicule . Le rosé, bien frais avec des glaçons, ça passe tout seul", avance Anthony Crisane, qui n'en revient toujours pas. Ce restaurateur de Bormes-les-Mimosas n'a jamais autant vendu de bouteilles de rosé. Et les chiffres sont sans appel : "le rosé représente 80 % des ventes cette saison", souligne-t-il.

20 bouteilles par an et par Français en moyenne

Le rosé est pourtant plus noble qu'il n'y paraît. Dans la cave du château Sainte-Marguerite, Olivier Fayard nous dévoile son secret de fabrication. "La recette du rosé des Côtes de Provence, c'est le climat, ses trois cépages principaux, grenache, cinsault, vermentino et le savoir-faire." Mais pour lui, il y a un autre paramètre. "Le rosé, ça se boit beaucoup plus facilement que le rouge. Quand il y a des tables de cinq ou six personnes, il n'y a pas d'hésitation. Les gens le prennent directement en apéritif."

Enfin, attention aux arnaques car tous les rosés ne se valent pas. Maurice, caviste chez Nicolas, nous donne ses conseils. "Il faut savoir avec quoi le manger, savoir si c'est un rosé plaisir qu'on va partager ou un rosé qui va avoir plus de cran. Et la couleur ne doit pas être un critère de choix." Doux ou robuste, en moyenne, les Français en consomment 20 bouteilles par an.

Microsoft est susceptible de recevoir des commissions si vous réalisez un achat après avoir cliqué sur un lien de cet article.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LA REVUE DU VIN DE FRANCE

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **400000**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Septembre 2022 P.50**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **596**

Enquête

Les formations du vin

Devenir caviste en trois étapes

Il existe bien des façons de devenir caviste : ouvrir sa propre cave, devenir salarié, s'affilier à un réseau de franchises... Dans tous les cas, la clé de la réussite est la préparation du projet et la formation au métier. Voici quelques pistes pour vous lancer en évitant un maximum de pièges.

Les formations au métier de caviste permettent à la fois de mieux maîtriser son fonds de commerce et de comprendre le monde du vin.

❶ Contactez votre Chambre de commerce et d'industrie

La porte de la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) du département où vous projetez d'ouvrir votre cave vous est grande ouverte ! Cet établissement public vous guidera dans le mûrissement de votre projet (trouver son positionnement tarifaire, le type de vins que vous y vendrez), vous aidera à le bâtir (étude de marché, choix d'un local) et même à le financer (prêts bancaires ou d'honneur, aides...). La CCI est là pour ça ! Certaines de ces aides sont payantes, mais elles peuvent être financées (en partie ou en intégralité) par Pôle Emploi, le CPF, voire par des subsides des régions ou des départements. *« Concrètement, nous proposons un service de coaching de 35 heures sur cinq jours, plus sept heures d'accompagnement individuel par un coach de la CCI »*, souligne Fabien Lallement, de la CCI de Bordeaux Gironde.

Site : www.cci.fr

❷ Devenez caviste franchisé !

Vous souhaitez devenir caviste, mais vous ne souhaitez pas pour autant vous jeter à l'eau sans bouée : pourquoi ne pas essayer la franchise ? Avec cette solution, vous êtes un véritable chef d'entreprise qui prend ses propres décisions, mais vous êtes aussi adossé à un réseau de magasins qui fonctionnent tous avec le même concept : Les Domaines Qui Montent, La Vignery, Cavavin, Nysa et même depuis peu Le Repaire de Bacchus ou Nicolas... Les enseignes ayant des magasins consacrés au vin gérés en franchise ne manquent pas. De plus, les réseaux vous aideront à monter votre plan de financement, vous conseilleront sur le choix de votre local et vous prodigueront une formation. En revanche, vous risquez d'être contraint de proposer à la vente tout ou partie des vins de leur catalogue. La sécurité a un prix : la liberté !

Sites : lesdomainesquimontent.com, nysa.fr, lavignery.fr, cavavin.com...

❸ Formez-vous !

Voici deux formations qui vous donneront les armes pour apprendre à déguster et tout ce que vous avez à savoir pour devenir caviste (comprendre le marché, choisir les vins, trouver un local, réaliser une étude de marché...). Elles vous occuperont en général le temps d'une année scolaire et se font en alternance. Elles délivrent un diplôme reconnu par l'État et bénéficient de financements, dont celui du CPF.

Le diplôme de conseiller commercial vins et spiritueux de l'IFCO Marseille (il existe aussi une antenne à Paris) se prépare sur un an en alternance et peut être financé par le CPF. Les détenteurs d'un bac + 2 y apprendront notamment à analyser les marchés du vin, gérer un point de vente, négocier un approvisionnement ou penser votre marketing.

IFCO Marseille, *24, avenue du Prado, 13006 Marseille*
Tél. : 09 81 94 10 35
E-mail : contact@ifco-marseille.com ou contact@ifco-paris.com
Site : ifco-marseille.com

Le programme CAVES de Kedge Business School (Bordeaux) se fait lui aussi sur un an en alternance. Il prépare à devenir négociant, mais aussi caviste ou commercial à travers une compréhension fine du marché, des canaux de distribution et des techniques de commercialisation des vins.

Kedge Business School,
680, cours de la Libération, 33405 Talence
Tél. : 05 56 84 63 37
E-mail : ms.msc@kedgebs.com
Site : wine.kedge.edu

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5252553600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LEADER REUNION

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Mensuelle**
Audience : **19962**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Septembre 2022 P.1-25**
Journalistes : **Olivier Soufflet**
Nombre de mots : **3138**

Leader Réunion

100 % L'ORIGINAL 100 %

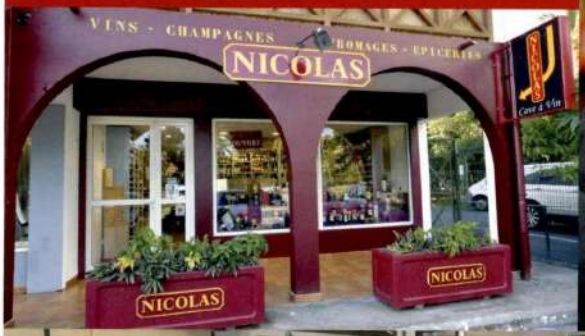
Le magazine du commerce et de la grande distribution

N° 216 • 2 € • SEPTEMBRE 2022

EN COUVERTURE p.20

COVINO : la marque Paille-en-Queue prend son envol

David Cailleux, Directeur général de COVINO, filiale du Groupe Castel à La Réunion



CENTRE COMMERCIAL p.26

Casabona : un espace commercial et tertiaire de nouvelle génération

PRODUCTION LOCALE p.34

Bourbon Plastiques Emballage devient Bourbon Packaging

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 8506753600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

EN COUVERTURE

COVINO : la marque Paille-en-Queue prend son envol

« Je souhaite que nos clients soient fiers d'acheter et de consommer des vins mis en bouteille à La Réunion. »

C'est ainsi que David Cailleux, qui venait d'être promu à la direction générale de la Compagnie Vinicole de l'océan Indien (COVINO), concluait l'entretien qu'il nous avait accordé en mars 2020, à la veille du déclenchement de la crise sanitaire de la Covid-19. Le lancement, en juin dernier, de la marque Paille-en-Queue est l'aboutissement, deux ans plus tard, de cette ambition. Reconnaissable en rayon par son étiquette et son col d'un bleu éclatant, Paille-en-Queue ouvre à l'évidence une nouvelle page dans l'histoire de COVINO, leader sur le marché local du vin. Paille-en-Queue se distingue par un positionnement de gamme plus élevé et par une identité réunionnaise clairement affichée et revendiquée. La nouvelle marque met en avant l'embouteillage de vins d'appellation à La Réunion, transportés en citernes calorifugées, qui jusque-là étaient pour l'essentiel importés en bouteille. De quoi faire profiter le consommateur d'un rapport qualité-prix extrêmement intéressant. Le lancement de Paille-en-Queue survient dans le contexte d'une riche actualité pour COVINO. L'enseigne Nicolas, dont l'entreprise possède la master-franchise dans la zone océan Indien, fête son bicentenaire cette année et célèbre sur l'île l'ouverture de sa 10e cave à St Joseph. Renouvelant complètement son portefeuille de spiritueux, COVINO est le nouvel agent de marque de Diageo et de la Maison Isautier pour le réseau CHR (Cafés Hôtels Restaurants) et Discothèques, ainsi que pour le réseau des caves Nicolas. David Cailleux commente pour Leader Réunion ces différents développements stratégiques.

I David Cailleux, Directeur général de COVINO, filiale du groupe Castel à La Réunion

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 8506753600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Leader Réunion : La Compagnie Vinicole de l'océan Indien vient de lancer une nouvelle marque de vin : Paille-en-Queue. Comment est né ce projet et quelle est son ambition ?

David Cailleux : Avec Paille-en-Queue, je me situe dans la continuité de mes prédécesseurs en mettant en avant le métier d'embouteilleur de COVINO, entreprise qui compte aujourd'hui 70 collaborateurs en emplois directs, et qui possède un réel savoir-faire de près de 70 ans à La Réunion. La naissance de ce projet est venue d'une décision partagée avec mes collaborateurs de valoriser l'embouteillage local en informant le consommateur de façon claire sur les bouteilles, qui portent désormais la mention : « Mis en bouteille par la Compagnie Vinicole de l'océan Indien, au Port, La Réunion. » Avec la marque Paille-en- Queue, nous avons entamé un travail de « premiumisation » et allons plus loin dans le développement de notre offre locale en proposant une nouvelle gamme au rapport qualité prix qui correspond à une attente des consommateurs sur ce segment. Une première déclinaison du vin « Paille-en-Queue » est proposée sous deux appellations : un vin AOC Bordeaux Supérieur et un vin AOC Côtes-du-Rhône certifié Terra Vitis (Viticulture Responsable). Avec Paille-en-Queue, j'ai voulu croiser deux ambitions : monter en gamme et afficher clairement l'identité réunionnaise de COVINO. Avec Emmanuelle Ramaye, Responsable Marketing, nous avons recherché un nom de marque radicalement différent de nos marques historiques, et des marques traditionnelles de vin. Nous souhaitions une marque qui soit avant tout évocatrice de l'île de La Réunion, qui parle à tout le monde, et qui nous donne une véritable identité locale. Après consultation avec nos collaborateurs, nous nous sommes arrêtés sur « Paille-en-Queue ». Finalement, c'est devenu un projet d'entreprise.

Comment informez-vous le consommateur de l'origine du vin ?

Nous sommes totalement transparents avec le consommateur. L'AOC est clairement inscrite sur l'étiquette, et la contre-étiquette, à l'arrière de la bouteille, précise le rôle de COVINO en tant qu'embouteilleur et dans quelles conditions sont importés et embouteillés les vins, afin d'assurer leur qualité. Pour être encore plus explicite, nous avons développé une vignette sur l'étiquette des vins Paille-en-Queue qui indique : « Covino, Embouteilleur Péï. » Il n'y a ainsi pas d'ambiguïté sur l'origine et la provenance des vins : qu'ils viennent de métropole ou d'ailleurs, c'est indiqué. En revanche, le consommateur sait clairement que ces vins sont embouteillés par Covino au Port, c'est-à-dire par les hommes et les femmes qui participent au développement de l'économie locale et dont le savoir-faire mérite d'être mis en valeur.

Vous engagez donc une montée en gamme des vins embouteillés par Covino ?

Oui bien sûr, pour autant, COVINO ne déroge pas à sa volonté première d'offrir des vins à un prix accessible pour le consommateur. L'entreprise est connue pour répondre à la demande de vins « entrée de gamme ». J'ai le devoir de continuer cette aventure pour nos fidèles clients. Mais également de poursuivre le développement de l'entreprise à travers plusieurs pistes dont la montée en gamme. C'est ainsi qu'en tant que sommelier de formation et passionné de vin, je me suis questionné sur la capacité de COVINO à embouteiller des vins possédant le label Terra Vitis, tout en conservant leur qualité gustative et organoleptique dans le temps après son acheminement sur notre île. Ces vins exigent le respect d'un cahier des charges spécifique, ce qui a nécessité la mise en place de nouveaux process Qualité. C'est aujourd'hui un défi, que nous avons relevé avec les équipes de production et logistique compte tenu du fait que les vins que nous embouteillons à La Réunion viennent depuis la métropole par bateau, en citerne calorifugée qui protège le vin des variations de température et préserve sa qualité. Aujourd'hui tous nos vins incluant nos marques emblématiques comme le Royal, Bouton d'or, Baron Peyssard, Marquis de Robitaille, Teriana viennent en citerne calorifugée.

(suite page 22)

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 8506753600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Pourquoi avoir choisi le label Terra Vitis ?

Nous avons opté pour le label Terra Vitis, qui est spécifique au vin et validé par un organisme indépendant. Terra Vitis défend une conduite durable du vignoble, basée sur les principes d'une agriculture raisonnée. Des vignes jusqu'au chai, cette démarche vise à préserver l'environnement, l'homme et sa santé, la viabilité économique des vignerons, et toujours le plaisir du vin. Nous concernant, nous maîtrisons parfaitement le produit et avons commercialisé dès 2020 le Côtes-du-Rhône Marc Bonadieu « Terra Vitis » qui a triplé ses volumes en un an ! Ce bon accueil des consommateurs nous a convaincus que nous pouvions aller plus loin sur ce type d'offre tout en restant accessible.

Deux premiers vins sont commercialisés sous la marque Paille-en-Queue. Comment les avez-vous choisis ?

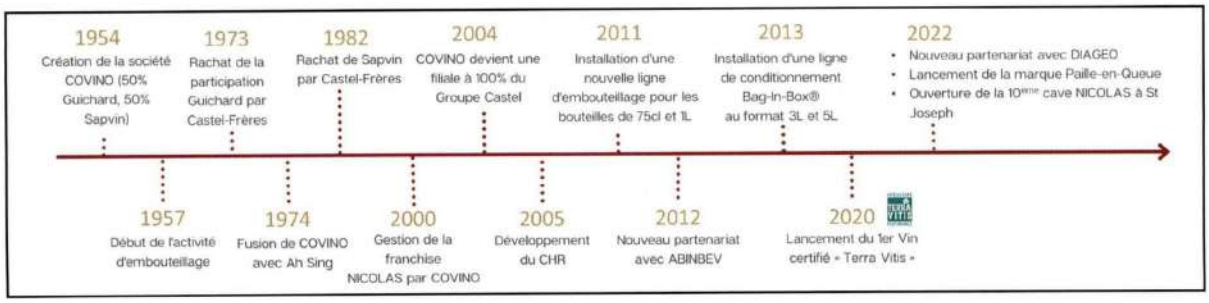
Notre choix s'est porté sur deux produits : un AOC Côtes-du-Rhône certifié Terra Vitis et un AOC Bordeaux Supérieur. La mention Bordeaux Supérieur, correspond à un cahier des charges plus strict qu'un AOC Bordeaux générique. Ces deux vins, sous la marque Paille-en-Queue, viennent d'une sélection de vin du groupe Castel. Ces deux régions viticoles, sont les deux régions les plus représentées dans les linéaires à La Réunion. À fin 2021, nous estimons que près de 55 % des vins d'appellation achetés en grande distribution, proviennent de la région de Bordeaux, suivis par les vins de la vallée du Rhône représentant un peu plus de 10 % des ventes.

Comment est reçu ce nouveau produit ?

Les premiers résultats sont au rendez-vous. Nous sommes ravis que l'ensemble des acteurs de la distribution ait soutenu la filière locale au travers le référencement de notre nouveauté. Tous les circuits l'ont demandé : hypermarchés, supermarchés, commerces de proximité mais également les restaurants. La demande s'annonce forte sur le produit. Il est encore trop tôt pour en tirer une conclusion, car nous sommes toujours dans la période de découverte du produit, mais il semble qu'il y a un réel engouement pour ce produit. Je crois que nous apportons vraiment quelque chose de nouveau en embouteillant des vins de cette qualité à La Réunion, ce qui nous permet de les proposer à un prix inférieur à six euros hors promo !

Dès lors, quel est votre objectif avec cette nouvelle marque Paille-en-Queue ?

Nous sommes convaincus que les vins Paille-en-Queue ont du potentiel. Nous sommes sur la bonne voie. L'objectif sera, si le consommateur confirme notre impression, d'étendre la gamme à de nouvelles appellations.



Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

COVINO distribue un total de 500 produits en grande distribution et dans le circuit CHR

Ce projet traduit-il le virage de l'embouteillage que vous annonciez en 2020, juste avant la pandémie ?

Oui, complètement. Cela correspond à ma volonté de développeur. En prenant la direction générale de COVINO, je me suis beaucoup intéressé à l'histoire de l'entreprise. Paille-en-Queue, qui rend hommage à La Réunion, est aussi un clin d'œil à l'histoire de COVINO, qui a commencé son activité d'embouteillage dès 1957. Donc, oui, Paille-en-Queue concrétise le virage que je voulais faire prendre à l'activité industrielle. Paille-en-Queue est l'aboutissement d'un long travail d'équipe dont l'entreprise et tous ses collaborateurs peuvent être fiers.

Comment avez-vous traversé la période de la crise Covid ?

Le couperet est tombé peu de temps après mon arrivée ! Il a fallu réagir vite tout en prenant de la hauteur sur la situation. Mais COVINO a la force d'avoir trois circuits de distribution complémentaires. Pendant le confinement, nous nous sommes tout de suite recentrés sur la livraison à domicile et nous possédions, avec les caves Nicolas, l'outil adapté : la boutique en ligne. Tout au long de la crise sanitaire, nous nous sommes aperçus d'un transfert de la consommation de vin du hors domicile vers le domicile : la clientèle des restaurants s'est déportée vers les caves à vin. Concernant la grande distribution, son activité s'est tout d'abord maintenue puis a connu une réelle progression dès le deuxième semestre 2020. Enfin, le secteur le plus impacté a été le CHR – Cafés, Hôtels, Restaurants et Discothèques– dont l'activité a été considérablement ralentie. Nous avons souhaité rester proches de nos clients dans cette période extrêmement difficile pour eux. Toute l'équipe du département CHR a maintenu un accompagnement commercial étroit, avec très peu de ventes afin que les clients ne se sentent pas seuls dans l'épreuve. Cet accompagnement a porté ses fruits, et explique en partie les bons résultats que nous connaissons aujourd'hui. Nous avons développé notre portefeuille de clients, et sommes de plus en plus reconnus pour la qualité de nos produits, notre accompagnement et nos services.

Outre Paille-en-Queue, de nouvelles stratégies sont-elles à l'œuvre ?

De nouveaux partenaires nous ont rejoints et nous en sommes très fiers. Le groupe Diageo nous a confié la distribution de ses marques-Johnnie Walker, J&B, Haig Club, Talisker, les vodkas Smirnoff, Ciroc, Ketel One, les gins Tanqueray et Gordon's, etc., pour le circuit des Cafés, Hôtels, Restaurants et Discothèques, ainsi que pour notre réseau de caves Nicolas. Autre belle opportunité qui nous ravit : nous sommes depuis 2020 l'agent de marque de la Maison Isautier pour la distribution de ses produits en CHR et dans notre réseau Nicolas. La Maison Isautier est une entreprise historique de La Réunion très dynamique. Ces nouvelles collaborations sont de véritables moteurs pour notre équipe CHR et fonctionnent très bien. Nous étudions aussi d'autres développements comme celui de la brasserie malgache Star, notamment la bière THB très appréciée à la Réunion. Enfin, en tant que filiale du groupe Castel, nous agissons sur l'île avec un rôle d'antenne Castel-Frères, et poursuivons pleinement le développement des marques reconnues telles que Baron de Lestac, Les Ormes de Cambras, Roche Mazet ou encore les *BABV (boissons aromatisées à base de vin) Very* pour ne citer qu'elles.

Certains rayons de vins et spiritueux de grandes surfaces ont une offre qui, en dimension, se rapproche de celle d'une cave. Les deux circuits de vente ne deviennent-ils pas concurrents ?

Au contraire, les deux circuits sont complémentaires sur un marché du vin qui se situe autour de 13 à 14 millions de bouteilles par an et demeure dynamique. Le client peut aller alternativement en grande distribution, ou en cave, selon ses envies. Souvenons-nous de l'offre de vins à La Réunion que j'ai personnellement connue il y a 25 ans ! Nous pouvons constater que la GMS a nettement progressé dans offre et son approche clientèle tout comme le réseau Caviste. Finalement, il y a plus de complémentarité que de concurrence entre les deux circuits.

Comment se positionnent COVINO et les caves Nicolas sur le vin bio et, plus généralement, sur les pratiques viticoles plus respectueuses de l'environnement ?

Plus que de bio, nous pouvons parler d'une offre « green », notion qui englobe toutes les pratiques de l'agriculture raisonnée. Comme la certification Terra Vitis, HVE (Haute Valeur Environnementale) et BIO. Il y a une forte demande des consommateurs pour ces vins certifiés. De manière globale et forts d'une expérience de 20 ans sur les propriétés du groupe CASTEL, cette démarche de proposer, quel que soit le circuit de distribution, des vins qui défendent une conduite durable du vignoble reste au cœur des priorités.

LA COMPAGNIE VINICOLE DE L'OCÉAN INDIEN EN QUELQUES CHIFFRES

Premier embouteilleur de La Réunion.
70 salariés.
28 millions de chiffre d'affaires en 2021.
5,25 millions de litres vendus en 2021.
500 produits distribués (hors Nicolas).
Part de marché estimée à 41 %, tous réseaux confondus, en 2021.
Nicolas à La Réunion : 10 caves, 700 références de vins, champagnes et spiritueux.
3 caves à Madagascar
2 caves à l'île Maurice

(suite page 24)

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 8506753600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

EN COUVERTURE

NICOLAS fête ses 200 ans

DEPUIS 1822

La master-franchise NICOLAS a été développée par David Cailleux à partir de 2011, avant sa prise de fonction en tant que Directeur Général de COVINO en 2020

Xavier Segall, Directeur du developpement de l'enseigne Nicolas chez COVINO

Le fondateur des caves Nicolas n'est rien moins que l'inventeur, au XIXe siècle, de la vente de vin en bouteille dans des magasins spécialisés ! Xavier Segall, directeur du développement de Nicolas chez Covino, témoigne comment l'esprit d'innovation des débuts s'est perpétué jusqu'à aujourd'hui.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le nouveau design des magasins à la cave Nicolas de Saint-Joseph

Leader Réunion : Nicolas fête son bicentenaire en 2022. En quoi cette ancienneté a de l'importance à La Réunion ?

Xavier Segall : Deux cents ans ! C'est suffisamment rare d'avoir en France une société qui fête autant d'années d'activité. En tant que master-franchisé Nicolas sur l'océan Indien, cette date anniversaire a évidemment son importance pour nous. Imaginez que 1822, c'est un an après la mort de Napoléon ! Cette maison, qui a su traverser les âges et se réinventer perpétuellement, a été précurseur dans beaucoup de choses. Il faut tout d'abord rappeler que c'est le créateur de l'enseigne « Louis NICOLAS » qui a eu cette idée, révolutionnaire à son époque, de vendre le vin en bouteille ! Un siècle plus tard, Nicolas a aussi été précurseur dans la publicité. La marque se lançait dans la « réclame », comme l'on disait, avec des illustrations et en faisant appel à des artistes contemporains. C'est l'un d'eux, le dessinateur Dransy qui a imaginé le fameux personnage Nectar qui a longtemps symbolisé l'enseigne. Aujourd'hui encore Nicolas se réinvente avec la vente de vin en ligne et avec des magasins au design entièrement repensé. Il est primordial pour nous de célébrer et de perpétuer cette tradition.

Quelle forme va prendre cette célébration à La Réunion ?

Nous profitons de cet anniversaire pour mettre en avant nos magasins, nos cavistes, et remercier nos clients. Nous créons donc des événements par magasin. Nous rencontrons nos clients à travers dix dates afin de leur expliquer l'histoire de Nicolas, en métropole mais aussi sur l'île. Nicolas est installé à La Réunion depuis l'an 2000 : 22 ans. Il nous paraissait important aussi de le rappeler. Les 200 ans de Nicolas seront également fêtés dans les pays où s'étend notre master-franchise, comme Madagascar et Maurice.

Où en est la franchise Nicolas dans la région ?

Elle se porte très bien. À La Réunion, nous avons ouvert notre dixième magasin à Saint-Joseph le 1er juillet dernier. Il existe trois caves Nicolas à Madagascar et deux à Maurice. Une quatrième cave pourrait voir le jour à Madagascar d'ici la fin de l'année...

Avez-vous d'autres projets de développement, à Mayotte par exemple ?

Mayotte, Seychelles, Afrique du Sud... Nous avons de l'ambition et nous ne fermons la porte à aucune zone de l'océan Indien. Nous n'avons pas de projet concret pour l'instant, mais il est clair que nous ne souhaitons pas nous arrêter à notre position actuelle. Nous sommes dans une perspective de développement de la master-franchise. Cela prendra le temps qu'il faudra.

Nicolas rénove ses magasins en métropole : les boutiques réunionnaises vont-elles également changer d'aspect ?

C'est déjà le cas. Nicolas se réinvente également à travers ses points de vente. Suivant le positionnement du magasin, la zone dans laquelle il se trouve, on va trouver des caves Nicolas plus orientées vers le cadeau, d'autres plus traditionnelles. Ce que nous revoyons, c'est le design, le mobilier, les équipements. Un design de magasin se renouvelle tous les sept ans environ. C'est ce que nous sommes en train de faire à La Réunion. Notre projet est de rénover les magasins en place en même temps que nous en ouvrons de nouveau, de manière à conserver à notre réseau son homogénéité.

À l'occasion de ses 200 ans, Nicolas a fait appel à des artistes contemporains pour imaginer qui incarnerait le mieux aujourd'hui Nectar, son personnage autrefois emblématique créé il y a 100 ans. Et le nouveau caviste Nectar de 2022 est une femme ! Est-ce à dire que la clientèle féminine devient dominante sur le marché du vin ?

C'est un symbole fort, effectivement, mais qui néanmoins n'a rien de révolutionnaire. Les femmes consomment du vin autant que les hommes. Chez Nicolas, notre clientèle se répartit à 50/50 entre hommes et femmes. Ce nouveau « Nectar » féminin confirme là encore que Nicolas sait s'adapter, se réinventer, en fonction de l'évolution de la société. C'est une attitude naturelle pour l'enseigne.

Les rosés ont le vent en poupe en métropole. Est-ce le cas aussi à La Réunion ?

Les rosés, qui étaient des petits vins d'été extrêmement saisonniers, sont devenus des vins de belle qualité et de consommation courante, disponibles toute l'année. À La Réunion, il y a encore quelques années, l'offre de rosé n'était pas aussi pléthorique qu'elle l'est aujourd'hui. Le phénomène rosé a vraiment commencé ici, il y a cinq ans. Il y a une exigence de qualité des consommateurs aujourd'hui sur ces vins.

Nicolas propose aussi des vins sans alcool. Y a-t-il une demande croissante pour ces vins ?

Oui, il y a une demande à La Réunion pour les vins et spiritueux sans alcool qui mérite d'être signalée. C'est une tendance que nous constatons chez Nicolas, et nous jouons aussi cette carte-là avec les Sparkling (pétillants) sans alcool d'Afrique du Sud. Nous avons aussi des spiritueux sans alcool type whisky et gin servant à la réalisation de mocktail (cocktail sans alcool). C'est tout à fait nouveau comme produit. Avec les vins et spiritueux sans alcool, Nicolas reste plus que jamais fidèle à son principe : « Trouver le vin qu'il vous faut. »

Propos recueillis par Olivier Soufflet
Photos Pierre Marchal

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 8506753600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MENTIONS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

L'OFFICIEL DES CUISINISTES

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Mensuelle**
Audience : **22216**
Sujet du média : **Maison-Décoration**

Edition : **Mai 2022 P.6-9**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **2590**

ANALYSE
// L'INTERVIEW DU MOIS

Sophie Villain, Directrice de la marque Cuisinella

«J'ai à cœur de continuer à porter haut les couleurs de la marque»

Successeure de Bruno Chirac à la tête de la marque Cuisinella, ce dernier ayant pris la direction de l'innovation et du développement au sein de Schmidt Groupe, Sophie Villain dévoile sa feuille de route pour les prochains mois. Et revient sur les facteurs-clés de la réussite d'une enseigne emblématique de la cuisine équipée qui célèbre, cette année, ses trente années d'existence.

A RETENIR

Cuisinella se différencie par ses côtés impertinent, jeune, accessible, astucieux et engagé.

Avec 300 magasins, l'ancrage physique de la marque est l'un de ses marqueurs forts.

L'enseigne a réalisé un CA 2021, en hausse de 20 %, de 735 millions d'euros.

Sophie Villain, Directrice de la marque Cuisinella.

L'Officiel des Cuisinistes – Quel fut votre parcours avant de rejoindre Schmidt Groupe pour prendre la direction de la marque Cuisinella ?

Sophie Villain – J'ai rejoint Schmidt Groupe début février 2022. Avant cela, j'ai travaillé pendant une vingtaine d'années dans les univers du marketing et du développement commercial au sein d'entreprises familiales, notamment chez le Groupe Bel, avec ses marques La Vache qui Rit et Boursin, et chez Castel, dans le domaine du vin, avec le réseau Nicolas. Soit des marques françaises fortes, dotées d'un patrimoine important, à l'image de Cuisinella. Aujourd'hui, en tant que directrice de la marque Cuisinella, je suis responsable de la stratégie de la communication, des produits et de l'animation, ainsi que de la mise en œuvre du plan de croissance de la marque, avec les équipes commerciales et le réseau.

O.C. – Qu'est-ce qui vous a convaincu d'accepter cette nouvelle mission ?

S.V. – Ce qui m'a séduite, lorsque j'ai découvert Schmidt Groupe, ce sont les valeurs

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

qu'incarne cette entreprise. Tout y est mis en œuvre pour demeurer le premier fabricant de cuisines en France. Allier le plaisir au travail et la performance au quotidien se révèlent, sans conteste, deux piliers constitutifs de l'ADN de l'entreprise. L'état d'esprit des équipes y est remarquable, et l'on y sent un ancrage familial fort. Tous les jours, je m'étonne de voir à quel point la marque Cuisinella est riche d'histoires d'hommes et de femmes, engagés, autour d'une famille, d'un lieu. L'ancrage régional est également très fort. C'est ce qui fait la force de la marque, et c'est ce qui m'a séduite au départ. Sans oublier ce projet de marque, qui est fantastique. C'est une grande fierté pour moi de travailler au sein d'une entreprise riche de trente années d'histoire. Et qui a, devant elle, de belles années car le marché de la cuisine est éminemment porteur. Réaliser les projets de vie des gens, c'est une tâche importante qui nous incombe sur le plan sociétal. J'y accorde beaucoup d'importance.

En 2020 et en 2021, le réseau a respectivement enregistré 20 et 15 ouvertures de magasins en France.

O.C. – Dans quelles conditions avez-vous intégré Schmidt Groupe ?

S.V. – J'ai rencontré notre présidente, Anne Leitzgen, très rapidement. Et parce qu'elle incarne avec une telle force les valeurs de son entreprise, elle a su me séduire très rapidement. D'une part, par sa franchise et sa proximité. Puis par sa façon de raconter l'histoire de la marque, de sa famille. Anne Leitzgen est incontestablement à sa juste place par rapport à l'ambition qu'elle déploie pour l'entreprise, mais tout en laissant, à chacun des membres de la direction, une autonomie d'action pour conduire les projets qui sont les leurs. Les salariés de l'entreprise sont très proches de la direction, et c'est aussi ce qui m'a séduite dans son mode de fonctionnement. Il y a ainsi une façon très directe de pouvoir échanger et de se confronter. Et cela donne une résonance humaine très forte au travail que l'on donne au quotidien.

«Je vais poursuivre la politique d'expansion du réseau avec davantage d'ouvertures de points de vente.»

O.C. – Quel est votre périmètre d'action en tant que directrice de la marque Cuisinella ?

S.V. – Je définis et anime plusieurs périmètres de la marque : la communication, l'offre produits et toutes les actions qui entrent dans le cadre de l'animation annuelle des magasins. Sans oublier l'ensemble du plan de croissance qui va permettre le développement de la marque. Toutes ces actions se font conjointement avec les équipes commerciales et elles se destinent à notre réseau de 300 magasins. Nous sommes, au siège, au service des directrices et directeurs des points de vente. Enfin, j'anime également l'ensemble de l'équipe qui travaille sur tous ces sujets.

O.C. – Pouvez-vous rappeler le positionnement de la marque ?

S.V. – Cuisinella est LA marque accessible qui accompagne chaque client pour réaliser des cuisines et des pièces à vivre qui leur ressemblent. Cuisinella est une marque proche des gens et à leur écoute. Ainsi, tous nos concessionnaires vont être en mesure de concevoir un projet unique à leur client, c'est-à-dire une offre sur-mesure, et qui n'est celle de personne d'autre. S'agissant de la fourchette de prix que nous pratiquons pour la vente d'une cuisine équipée, elle se situe entre 2.900 et 8.000 euros, soit un positionnement "moyen de gamme" qui répond bien à cette notion d'accessibilité.

O.C. – Sur un marché de la cuisine équipée fortement concurrentiel en France, quels éléments distinguent Cuisinella de ses concurrents ?

S.V. – Premier facteur différenciant : nous sommes les initiateurs, en France, du marché de la cuisine montée et accessible. Et c'est vrai que, derrière, nous avons généré des envies et des idées. Conséquence : la concurrence s'est aiguisée au fil des années. Cela étant dit, nous sommes également positionnés sur un segment de marché qui est en croissance ininterrompue depuis plusieurs années. Il y a, je pense, de la place pour tout le monde, car les Français portent un intérêt croissant à leur habitat. Il n'empêche : dans un univers fortement concurrentiel comme le nôtre, tout l'enjeu consiste à bien trouver sa place en terme de différenciation. Et Cuisinella a, sans conteste, de par son histoire, une longueur d'avance sur ses concurrents. Aussi, elle se différencie de par son côté impertinent, jeune, accessible, astucieux et engagé. Soit autant de points sur lesquels nous allons continuer à nous appuyer, à l'avenir, sur le terrain de la communication.

O.C. – A présent, quels sont les traits qui, dans votre modèle, vous différencient de ceux de vos concurrents positionnés, comme vous, sur l'accessibilité en terme de prix ?

S.V. – Premier élément : la puissance de notre marque sur le plan de la notoriété.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Depuis deux ans, Cuisinella propose un parcours client simplifié et amélioré afin de le rendre plus expérentiel.

Ce qui fait que l'on pense à nous en premier lorsque l'on a un projet de cuisine. Deuxième atout : notre ancrage physique fort, avec nos 300 magasins. Troisième élément : le fait nous soyons un fabricant français, ancré dans son environnement alsacien. A cet égard, je souhaite que le made-in-France constitue, à l'avenir, un axe plus fort de notre communication. Nous allons pousser en ce sens, car consommer responsable est de plus en plus au cœur des préoccupations des Français. Cela se traduit, non seulement, par la fabrication de nos produits dans nos usines en France, mais également par la façon dont nous les concevons, avec une problématique forte au cœur de notre engagement : l'écoresponsabilité. Autre élément qui nous distingue : le fait d'avoir des usines à la pointe de la technologie, ce qui nous permet de produire des équipements sur-mesure dans des délais courts. Le tout en livrant des solutions durables. Dernier marqueur fort de Cuisinella : l'aspect humain de l'entreprise, qui se traduit à tous les niveaux dans les services et l'accompagnement que l'on propose en magasin. Nos vendeurs sont qualifiés et formés, très à l'écoute et experts de leur domaine, c'est-à-dire en matière de relation-client, jusqu'à la signature et la livraison de la cuisine.

O.C. – Cuisinella célèbre ses trente ans cette année. Pouvez-vous revenir sur quelques dates marquantes qui ont jalonné son histoire ?

S.V. – Nous pouvons retenir, tout d'abord (et sans surprise !) 1992, qui est l'année de la création de la marque. A cette époque, l'ambition de la Salm (Société alsacienne de meubles), son créateur, était la suivante : entrer sur un créneau de la cuisine équipée plus abordable, en s'adressant à une cible de consommateurs "entrée-milieu de gamme", ou jeune habitat comme on la nommait à l'époque. Le tout, avec un nom facile à retenir, chantant et qui reste aujourd'hui un vrai atout sur le marché. Deuxième grande date pour Cuisinella : le lancement, en 1998, de la politique de la marque. Troisième date qui restera gravée : 2005, avec le coup de communication autour de la publicité de la vinaigrette, qui avait, à l'époque, ce petit côté audacieux, et qui avait donné le ton dans un univers de la cuisine équipée assez lisse. Autre échéance importante pour Cuisinella : le lancement de notre offre rangement, en 2006, avec cette volonté de concevoir des intérieurs dans lesquels les Français se sentent bien. Au final, fort de ces campagnes de communication, de cette extension de l'offre et de notre expansion géographique, nous sommes devenus, en 2010, la première marque de cuisines françaises en notoriété spontanée. Enfin, ajoutons également, comme autres dates marquantes, le lancement, en 2017, de notre offre de financement Financ'ella ; de nos engagements PEPS, en 2019, avec cette idée d'offrir aux clients le droit de changer d'avis et d'envies (un coloris, par exemple, sur les façades) ; puis, en 2021 et alors que le marché commençait à monter en gamme, la commercialisation de la gamme Start, qui démarrait à 2.990 euros, composée d'un mobilier éco-conçu, en livraison rapide, très pratique, très simple à installer, et surtout très accessible en prix, comme le veut l'essence de Cuisinella.

O.C. – S'agissant du concept magasin, comment a-t-il évolué au cours des dernières années ?

S.V. – Il y a deux ans, nous avons eu cette volonté de proposer à notre clientèle, dans nos points de ventes, un parcours client simplifié et amélioré dans l'expérience. Avec l'objectif de les accompagner dans des univers, des scènes de vie. Ce nouveau concept se veut ainsi plus expérientiel, le client étant réellement en immersion au sein d'un espace que nous sommes en mesure de lui proposer. En parallèle, nous continuons, en permanence, à améliorer l'expérience client en magasin avec, par exemple, la possibilité pour les porteurs de projets de voir leur cuisine en 3D sur des écrans.

O.C. – Comment se sont portées les affaires de Cuisinella au cours des derniers mois ?

S.V. – Sur 2021, nous avons réalisé une croissance de 20 %, soit 735 millions d'euros de chiffre d'affaires réalisés par le réseau, ce qui est un très bon résultat. Cette hausse a été portée, premièrement, par l'engouement pour la cuisine équipée en France. En croissance ininterrompue depuis 2018, le marché fut également dopé, ces deux dernières années, par le Covid, les Français, dans ce contexte de crise, s'étant recentrés sur eux. Ils ont donc eu la volonté d'investir dans leur intérieur. Concernant 2022, il est vrai que l'on commence à sentir un ralentissement de l'activité (avec tout de même une hausse de notre CA de 3 % au T1 2022 versus la même période de 2021), ce phénomène étant lié aux tensions exercées sur le pouvoir d'achat, à la guerre en Ukraine, et au calendrier électoral. Il n'empêche : nous sommes contents de nos résultats sur cette première partie d'année. Cuisinella est une marque qui se porte bien.

O.C. – Et quid de l'évolution de votre parc de magasins sur cette même période ?

S.V. – En 2020 et en 2021, nous avons respectivement enregistré 20 et 15 ouvertures de points de ventes en France. Ce qui veut dire que l'expansion de notre parc se révèle également un important relais de croissance pour la marque. Sur le plan du maillage territorial, notre stratégie est la suivante : nous situer à moins de 15 minutes du client partout sur le territoire. Quant à 2022, nous nous projetons sur l'ouverture d'une quinzaine de nouvelles unités Cuisinella. A noter que cette expansion se réalisera autour de deux axes : soit via des reprises de magasins, soit via des créations ex-nihilo.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7939943600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

O.C. – Restent-ils des zones à pourvoir où vous n'êtes pas encore présents ?

S.V. – Nous avons clairement des opportunités d'implantation partout en France. Cela étant, nous souhaiterions en priorité accélérer dans les grandes villes, et notamment à Paris et à Marseille, deux agglomérations qui offrent des opportunités importantes. Mais, pour cela, nous devons adapter nos concepts de magasins à ces zones de centre-ville avec le déploiement de surfaces d'exposition plus petites, tout en restant attractif sur le plan de l'offre. A ce jour, et c'est aussi pour cette raison que nous souhaitons passer à la vitesse supérieure en centre-ville : ces magasins de plus petits formats représentent 10 % de notre parc total.

O.C. – En tant que nouvelle directrice de la marque Cuisinella, sur quels chantiers allez-vous travailler en priorité au cours des prochains mois ?

S.V. – J'ai vraiment à cœur de poursuivre la dynamique sur laquelle est installée la marque depuis tant d'années. Et surtout, à la faire rayonner auprès de ses clients, de satisfaire les consommateurs qui sont de plus en plus exigeants et de plus en plus sollicités. J'ai également à cœur de continuer à porter haut les couleurs de cette marque. Cela passera par des actions de communication fortes, en insistant sur des thématiques engagées, telles que l'accessibilité, l'astuce et le côté impertinent. Je vais également poursuivre la politique d'expansion du réseau avec davantage d'ouvertures de points de vente. Aussi, en matière d'offres et de services, nous continuerons à nous inscrire au cœur des tendances et des styles. C'est donc un tournant pour la marque : à l'orée de ses trente ans, elle doit continuer à s'appuyer sur ses forces tout en se mettant à la page des trentenaires d'aujourd'hui. Un gros événement est par ailleurs très attendu par tous les membres du réseau : l'Euroforum (du 15 au 21 novembre 2022), où nous présenterons nos nouveaux produits, notre nouvelle plateforme de communication et de nouvelles offres de services. Pour résumer (et sans en dévoiler le contenu) : nous dévoilerons, à cette occasion, tous les éléments qui permettront à la marque de prendre un nouveau tournant pour pouvoir continuer à se déployer sur les trente prochaines années.

O.C. – Sur le plan des services apportés aux clients, y-a-t-il des axes que vous souhaitez améliorer ?

S.V. – Oui, sur le plan des services, nous avons toujours plus à proposer en termes d'écoute et d'approche pour faciliter la vie du consommateurs. Je pense, ici, au financement, qui est un axe que l'on doit continuer à adapter aux besoins de nos clients. Autres domaines : comment mieux nous engager en matière de recyclage ou de reprise des produits ? En matière de services plus créatifs, nous réfléchissons également à la co-conception avec le client, puis à l'ultra-personnalisation des produits. Enfin, un axe s'avère essentiel à travailler pour poursuivre la dynamique commerciale qui est la nôtre : le digital, puisqu'une vente sur cinq se fait désormais via ce canal on-line, c'est-à-dire depuis le début du projet jusqu'à l'arrivée en magasin. Le digital est un mode de communication sur lequel nous allons continuer à travailler, avec l'ambition d'inspirer encore davantage le consommateur pour le faire venir ensuite en magasin. Car gardons à l'esprit que Cuisinella conservera toujours un contact humain. C'est ce qui fait sa force.

C.C.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7939943600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

C'est ça la France

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à La Rochelle.

7 Aout 2022
Durée de l'extrait : **00:00:53**
Heure de passage : **12h28**
Disponible jusqu'au :
6 Octobre 2022

NS **Nathalie SCHRAEN-GUIRMA**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:00 - 12:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Gestion d'entreprise - Management

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220206259

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Agences de presse**
Périodicité : **En continu**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **12 aout 2022 P.6-5**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **620**

12/08/2022 09:36:01 GMT

Sempé et Goscinny, les blessures des papas du "Petit Nicolas"

Un gamin battu, monté à Paris ses croquis sous le bras, et un globe-trotteur exilé, marqué par la Shoah : pour René Goscinny comme pour Sempé, décédé jeudi, créer le "Petit Nicolas" fut un moyen de panser les plaies d'une enfance cabossée.

Hasard du calendrier, le processus créatif à l'origine du plus célèbre des petits écoliers, héros incontournable de la littérature jeunesse et désormais doublement orphelin, après la mort jeudi de Sempé, est au coeur d'un film d'animation qui doit sortir le 12 octobre en salles en France et devrait être distribué ensuite dans une trentaine de pays.

"Le Petit Nicolas, qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?", pour lequel les réalisateurs Amandine Fredon et Benjamin Massoubre ont rencontré le dessinateur français Sempé avant son décès, a remporté en juin le Cristal d'Or au Festival du film d'animation d'Annecy (est de la France).

Loin de la France idéalisée des années 1950 retracée dans leurs ouvrages communs, il montre comment Sempé et le scénariste de bande dessiné français René Goscinny, décédé en 1977, ont puisé l'inspiration dans leurs blessures intimes pour créer le petit garçon espiègle, meilleur copain de générations de lecteurs et vendu à 15 millions d'exemplaires.

Lorsqu'il rencontre Sempé dans le Paris des années 1950, Goscinny est un jeune homme qui a déjà roulé sa bosse : parti tout petit en Argentine avec ses parents, il a ensuite bourlingué entre les États-Unis où il rêve de travailler avec Walt Disney et rencontre notamment Morris, le créateur de Lucky Luke, et la France. L'exil lui a permis d'échapper à la seconde guerre mondiale mais une partie de sa famille restée en Europe est victime de la Shoah.

Sempé, lui, est un gamin issu d'une famille populaire de Bordeaux, dans le sud-ouest de la France, battu par son beau-père, qui se rend à Paris, carton à dessin sous le bras, pour tenter sa chance. L'amour du dessin n'est donc pas la seule chose qui relie les deux jeunes hommes.

La création du "Petit Nicolas", "c'est une histoire de résilience, de deux mecs qui se sont fait voler leur enfance, l'un par la Shoah et l'autre par un beau-père abusif, et qui vont créer cette enfance rêvée du Petit Nicolas", expliquait à l'AFP Benjamin Massoubre, l'un des co-réalisateurs, lors du Festival d'Annecy.

- "Dur de faire du Sempé" -

L'occasion de montrer autrement ces deux personnalités complices, crayon à la main, tantôt chez eux, tantôt à la terrasse d'un café : "Goscinny, très loin de son image de franchouillard en pantoufles, est un globe-trotteur", Sempé un amoureux du jazz et de la musique.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Les premiers croquis, le choix du prénom, presque au hasard, grâce à une publicité pour le caviste "Nicolas"... Le film retrace la genèse de ce qui deviendra l'une des oeuvres les plus lues du patrimoine français.

Les réalisateurs, qui ont travaillé main dans la main avec la fille de René Goscinny, Anne, ont pu exploiter les archives des artistes. Et recréer fidèlement le trait élégant de Jean-Jacques Sempé, qu'il a fallu adapter à l'écran, une gageure.

"Pour être fidèles à son univers, on est partis de ses dessins et on a fait des dossiers : les restaurants, les bars, les parcs, les arbres", pour constituer une base de données dans lesquels les dessinateurs puisaient, explique Amandine Fredon, l'autre réalisatrice.

"C'est très dur de faire du Sempé", reconnaît la cinéaste. Mais le pari est réussi : le film, désormais en forme d'adieu, permettra aux spectateurs de s'asseoir comme s'ils y étaient à la table où Jean-Jacques Sempé, crayon à la main, a créé ce petit garçon qui parlait tellement à l'enfant malheureux qu'il avait été.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

antibes.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **1641**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4736**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

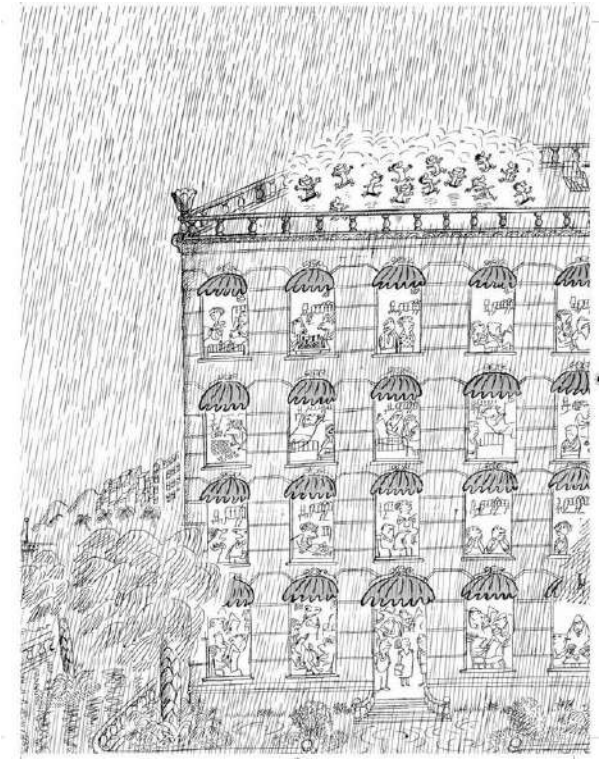
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816354

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816354

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

armentieres.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **1352**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4736**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

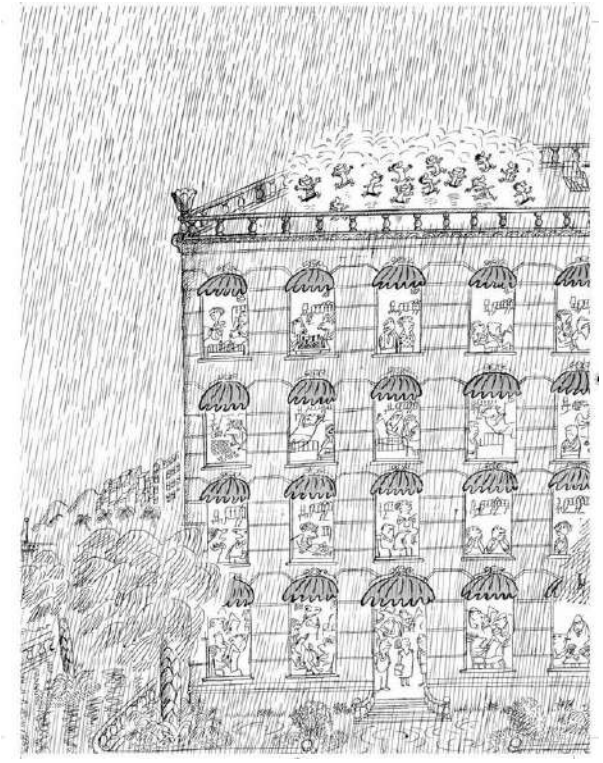
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816295

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816295

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

aurillac.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **590**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4736**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

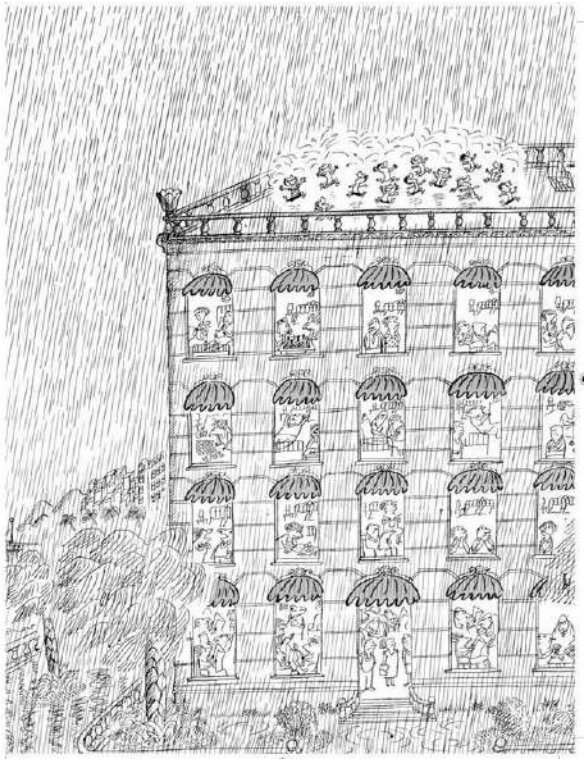
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816385

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816385

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

blois.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **572**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4736**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

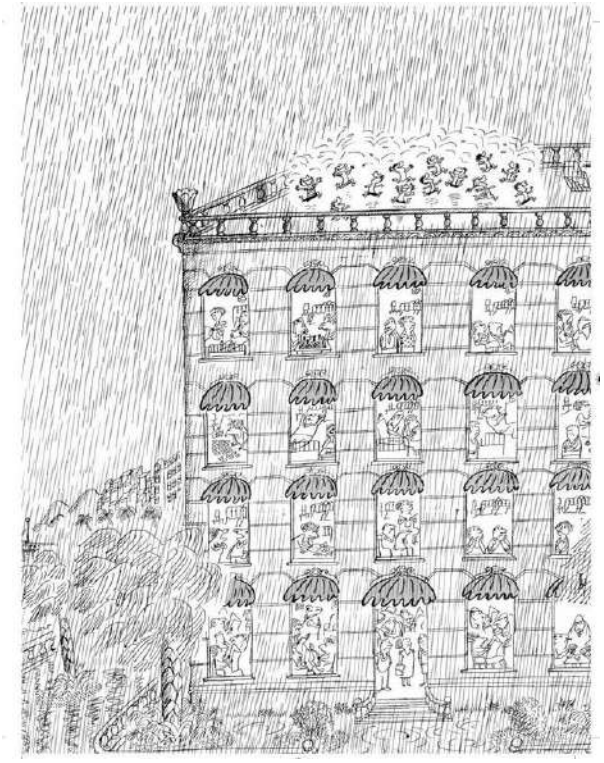
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816346

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816346

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

boulognesurmer.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **1817**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4736**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

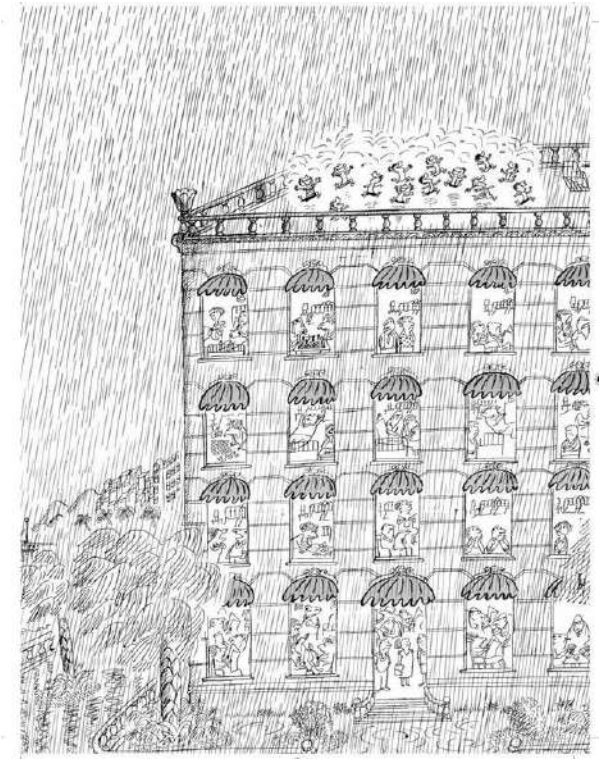
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816319

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816319

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

bourges.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **439**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4736**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

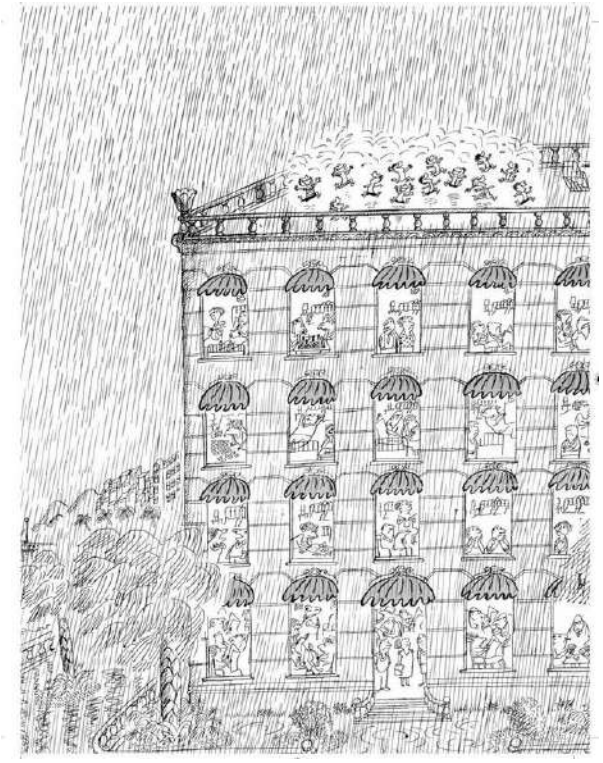
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816316

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816316

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

cagnes.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **1386**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4721**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

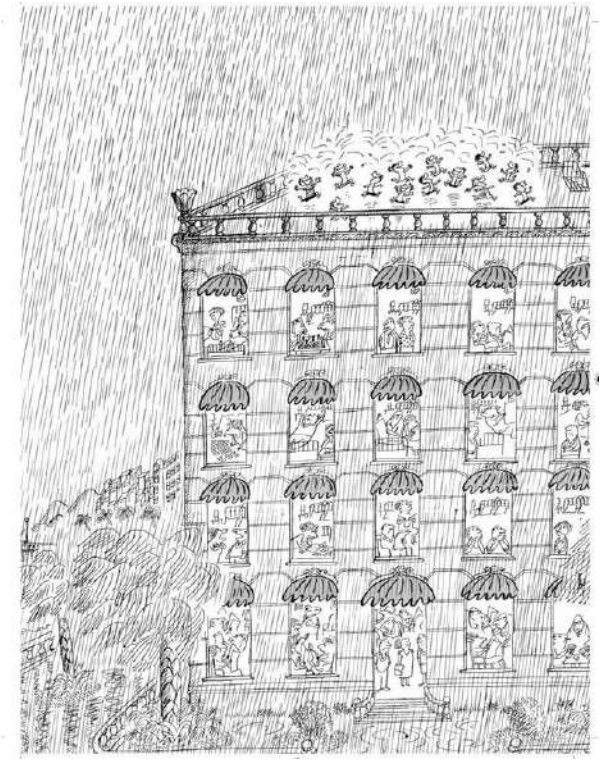
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816263

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816263

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

calais.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **712**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4736**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

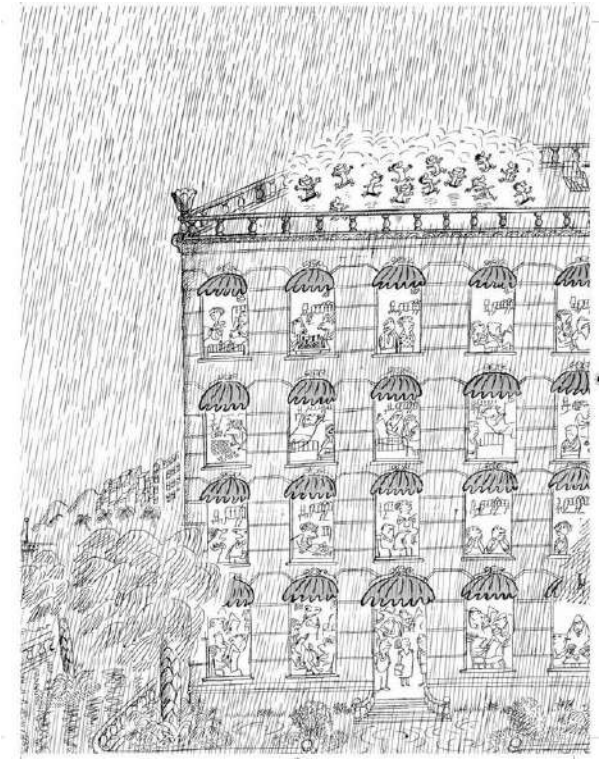
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816388

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816388

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

cambrai.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **2084**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4736**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

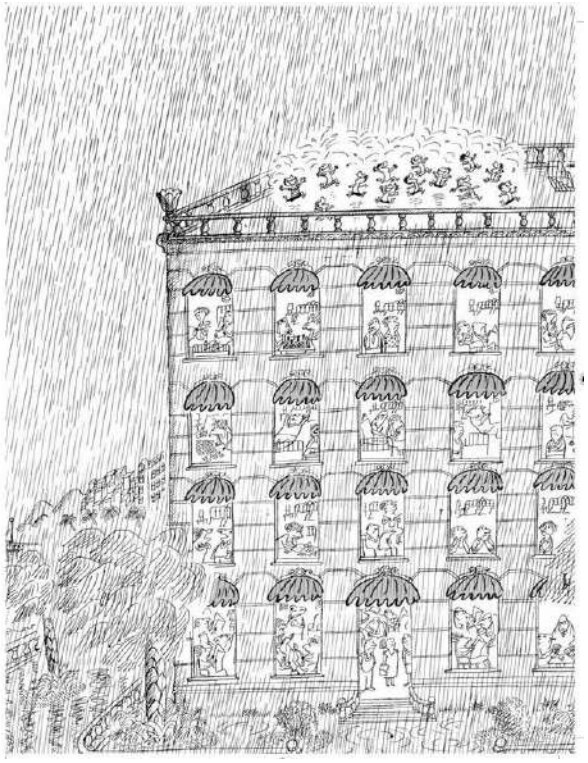
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816293

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816293

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

cannes.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **2979**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4736**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

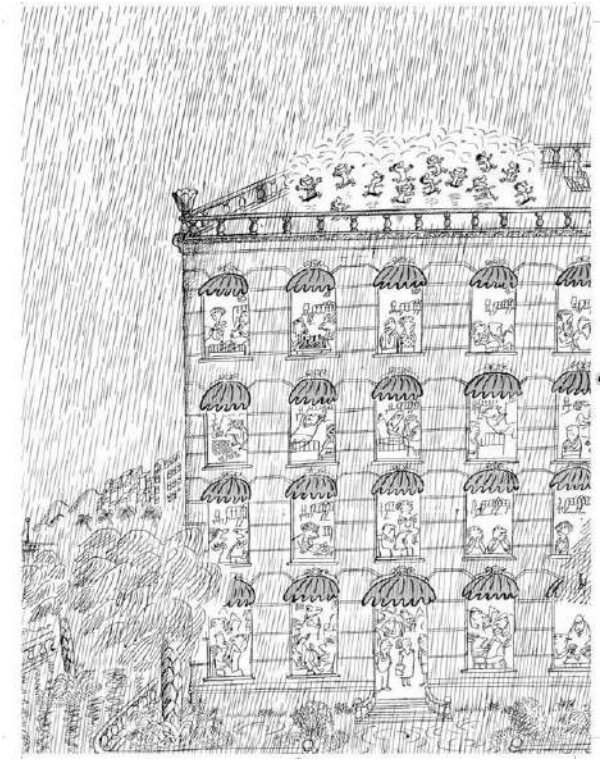
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816362

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816362

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

chateauroux.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **502**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4721**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

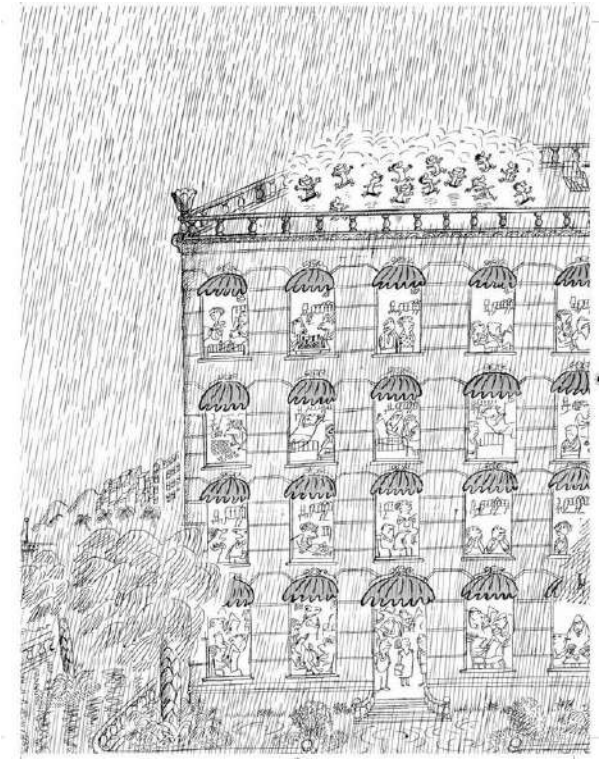
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816287

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816287

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

clermont.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **5280**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4736**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

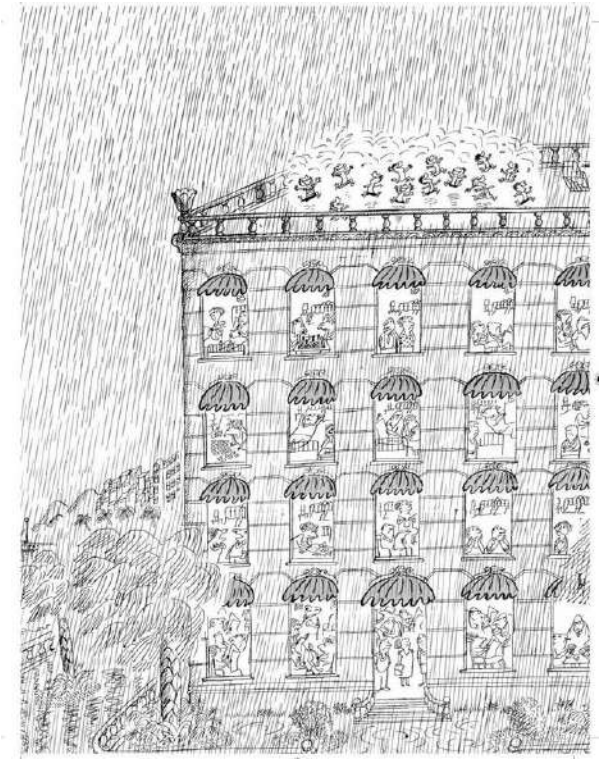
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816431

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816431

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

dinan.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **9118**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4736**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

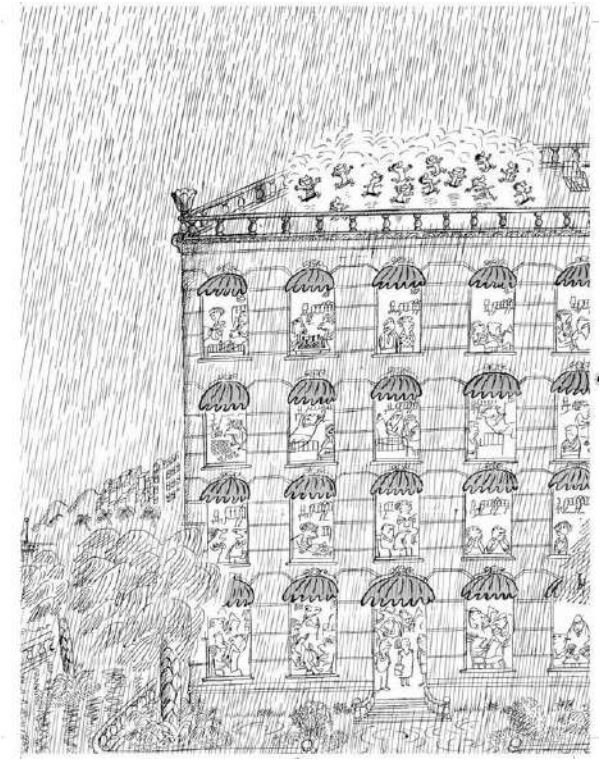
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816355

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816355

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

douai.maville.com

Famille du média : **Médias régionaux (hors PQR)**
Audience : **3799**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4721**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

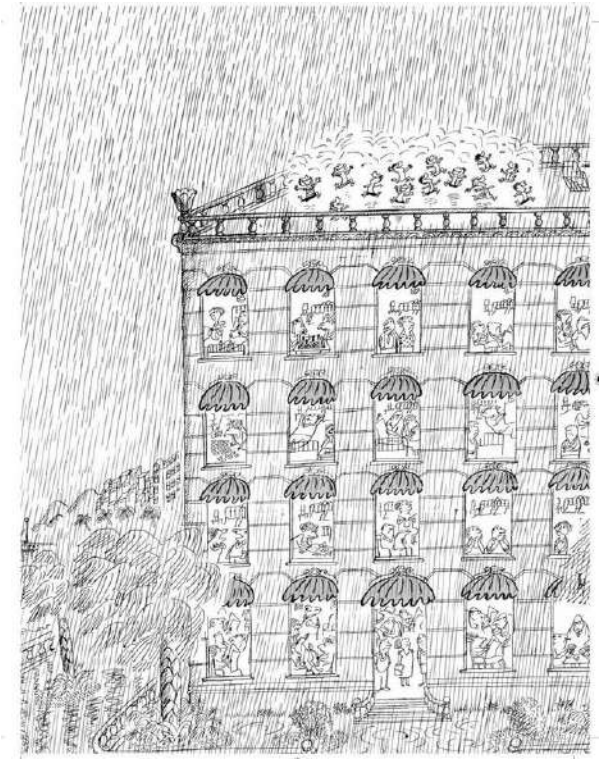
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816273

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816273

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

draguignan.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **15494**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4736**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

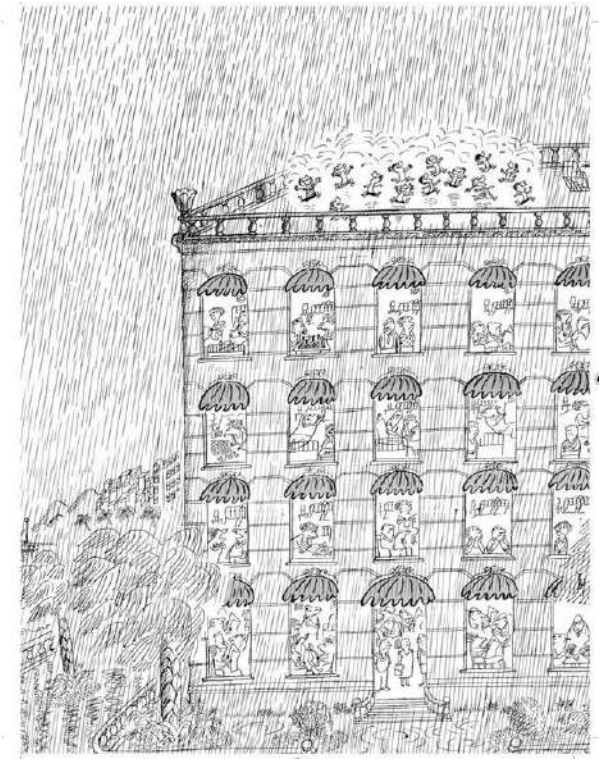
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816345

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816345

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

frejus-saintraphael.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **4622**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4736**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

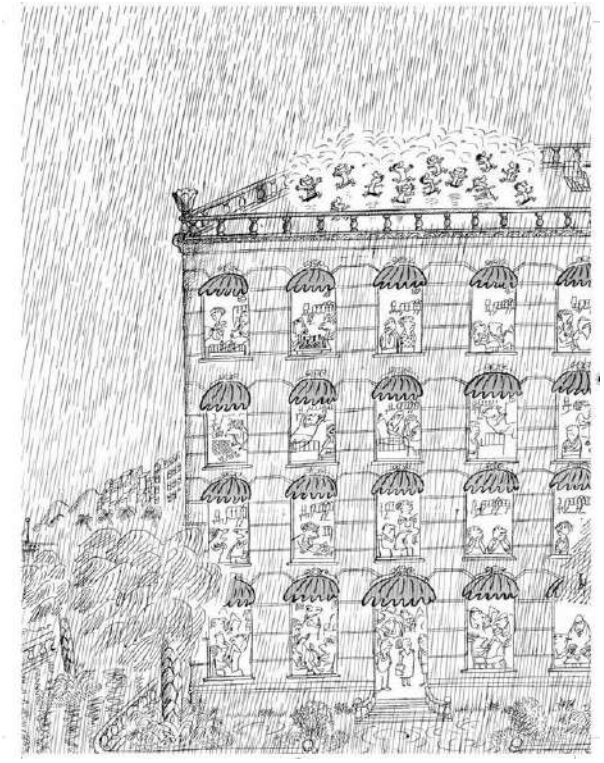
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816384

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816384

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

grasse.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **2417**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4736**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

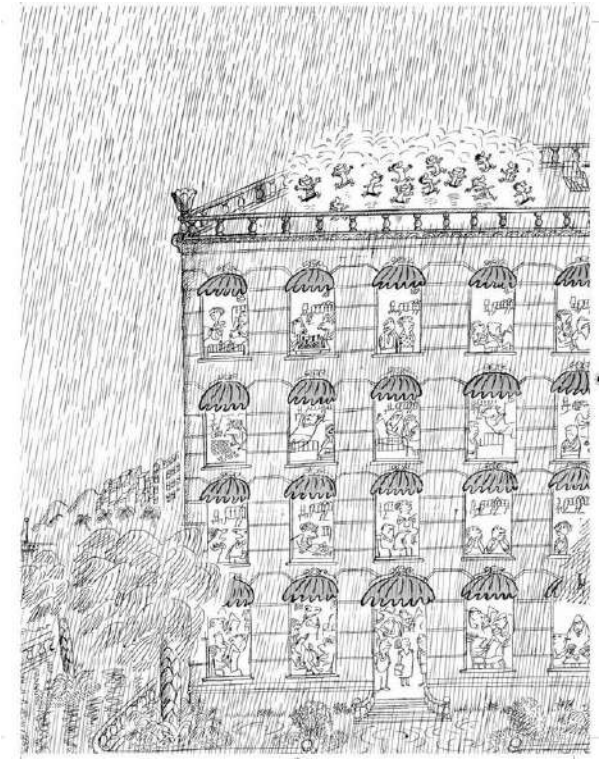
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816268

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816268

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

guingamp.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **4252**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4736**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

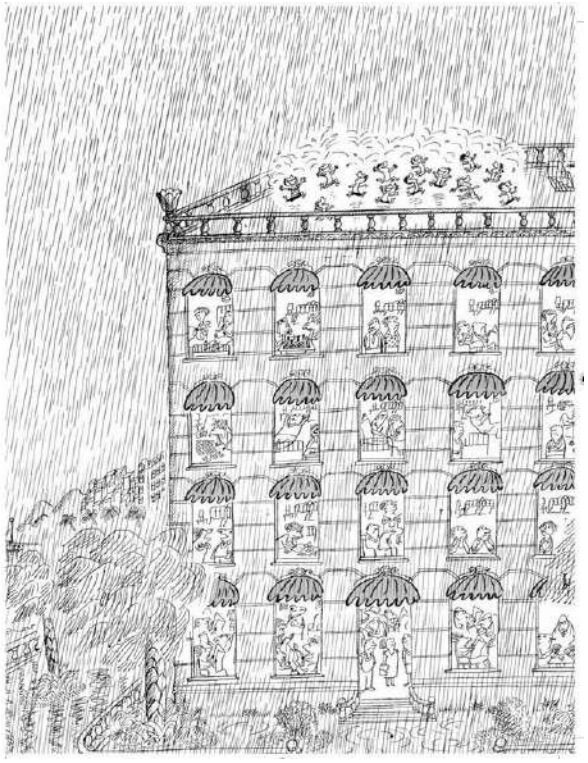
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816347

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816347

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

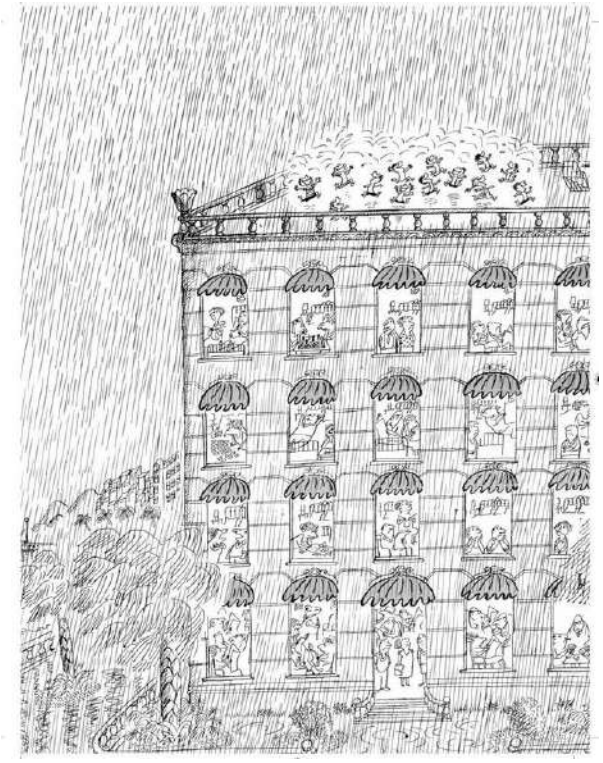
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816274

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816274

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

hyeres.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **14661**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4721**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

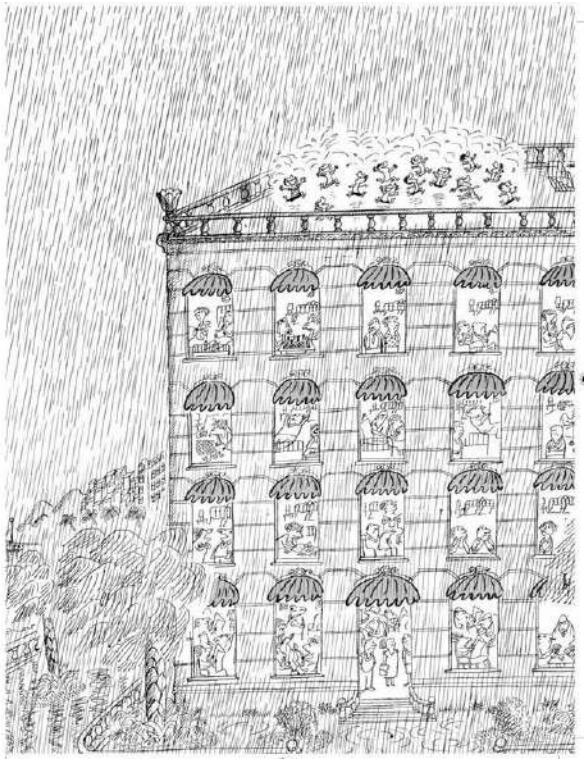
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816254

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816254

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

lannion-perros.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **5950**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4721**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

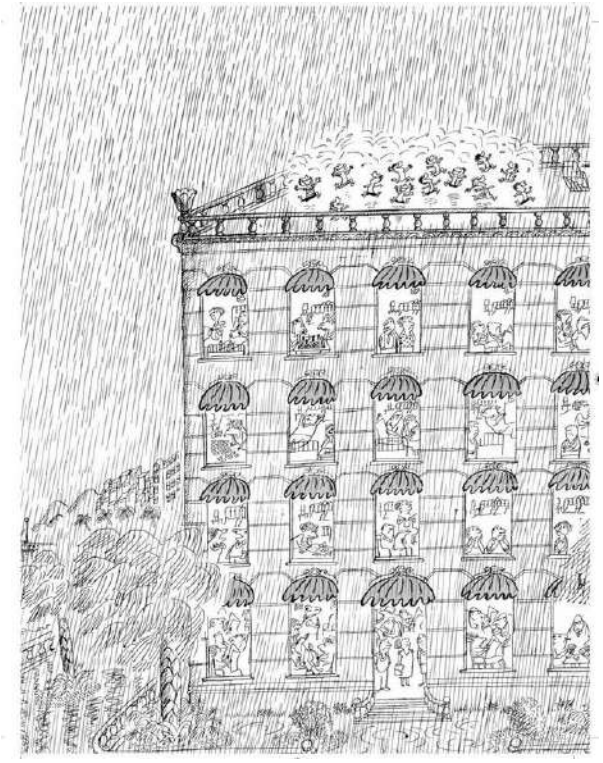
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816275

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816275

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

laseyne.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **10858**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4721**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

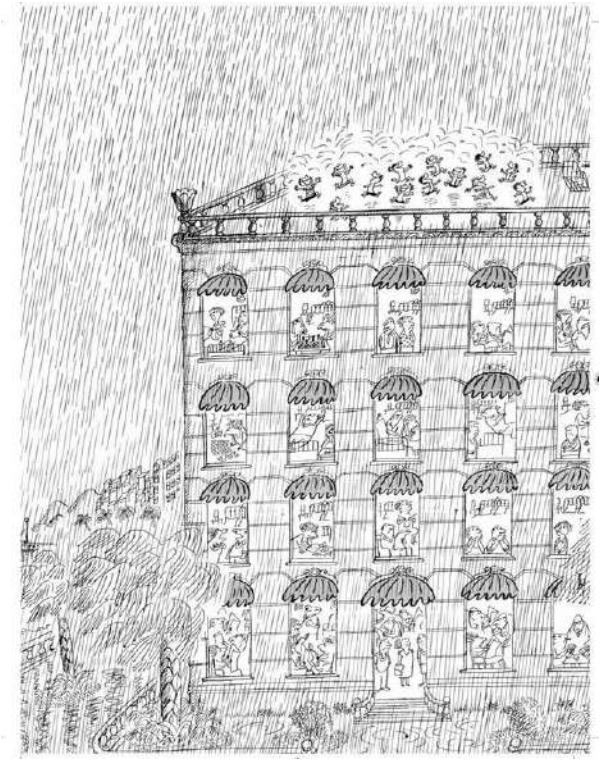
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816266

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816266

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

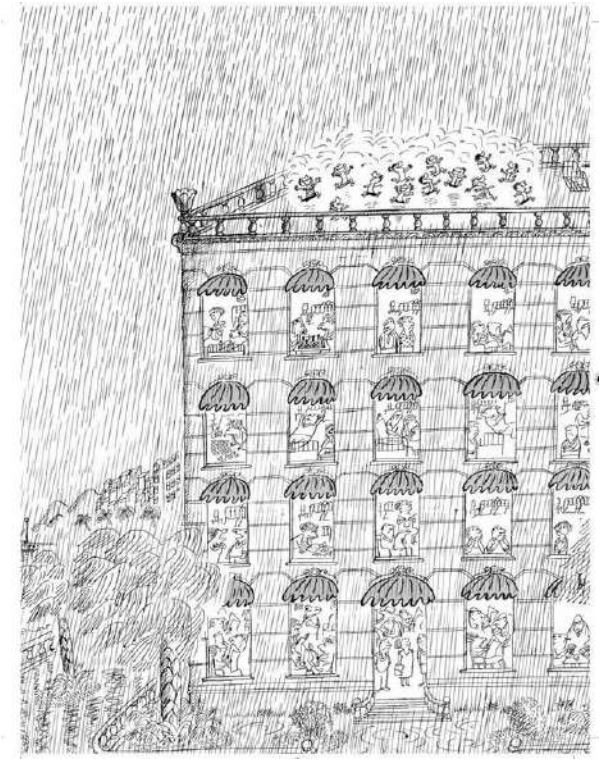
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816344

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816344

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

marcq-en-baroeul.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **2767**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4736**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

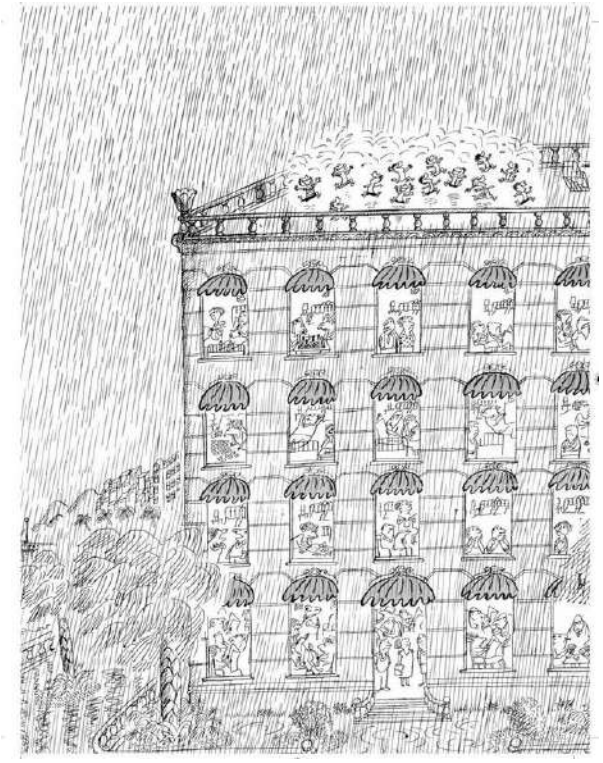
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816469

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816469

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

marseille.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **2430**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4736**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

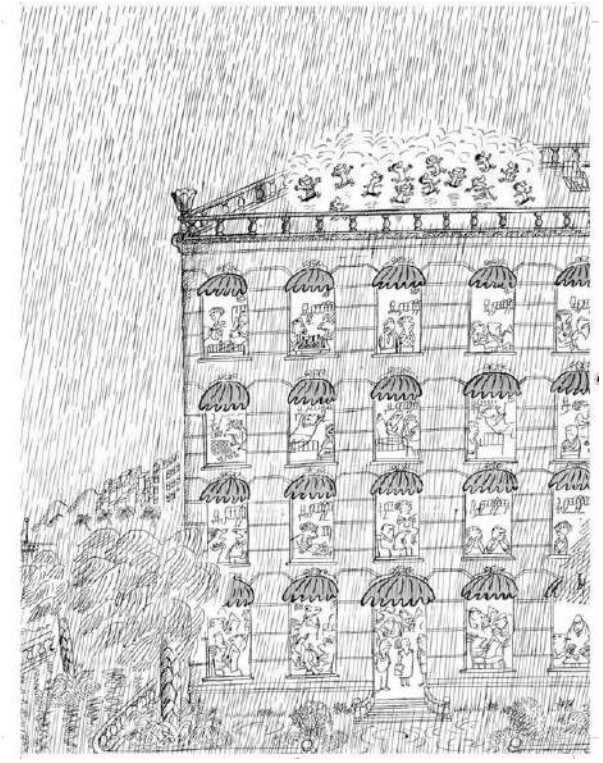
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816450

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816450

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

maubeuge.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **3950**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4736**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

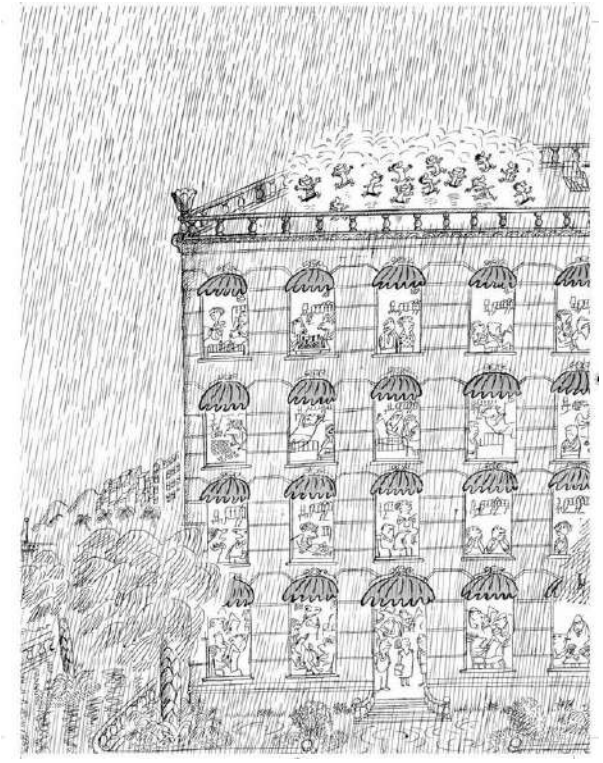
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816540

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816540

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

menton.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **1377**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4721**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

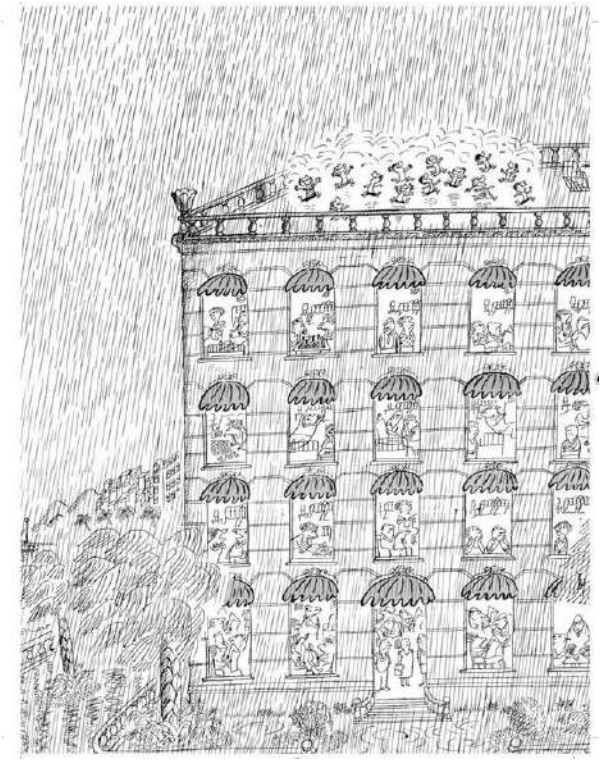
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816255

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816255

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

montlucon.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **1020**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4736**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

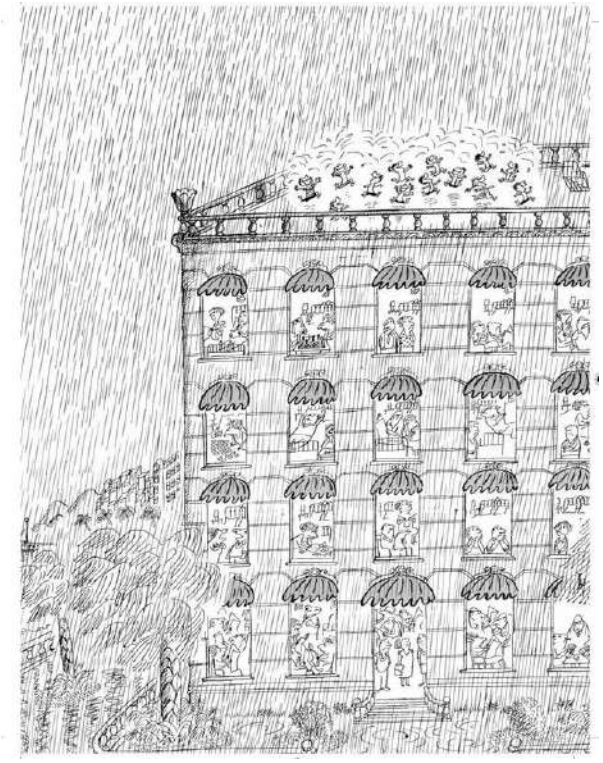
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816455

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816455

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816455

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

moulins.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **882**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4736**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

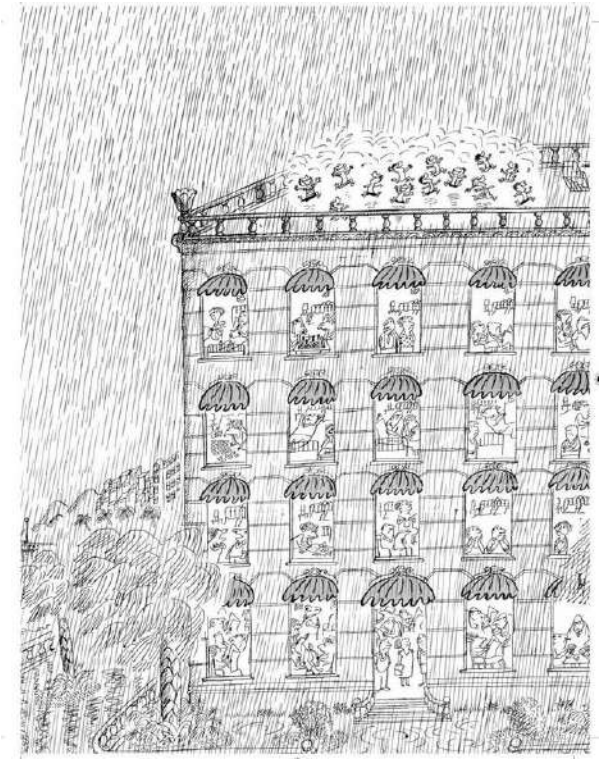
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816292

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816292

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

nice.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **5049**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4736**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

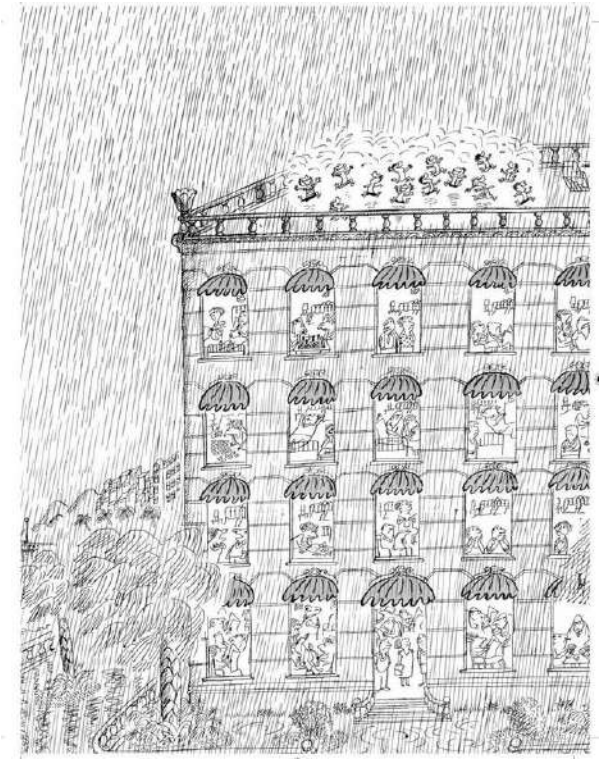
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816387

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816387

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

paris.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **9850**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4736**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

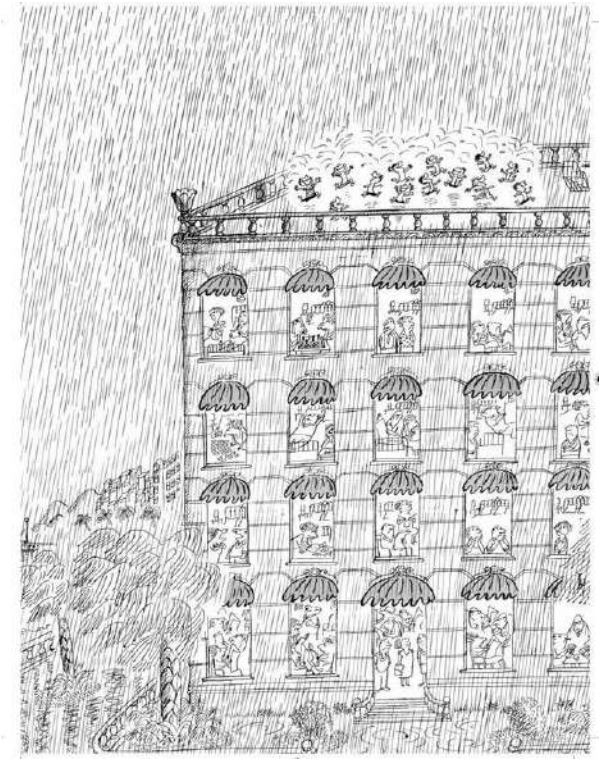
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816361

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816361

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

quimper.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **24198**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4721**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

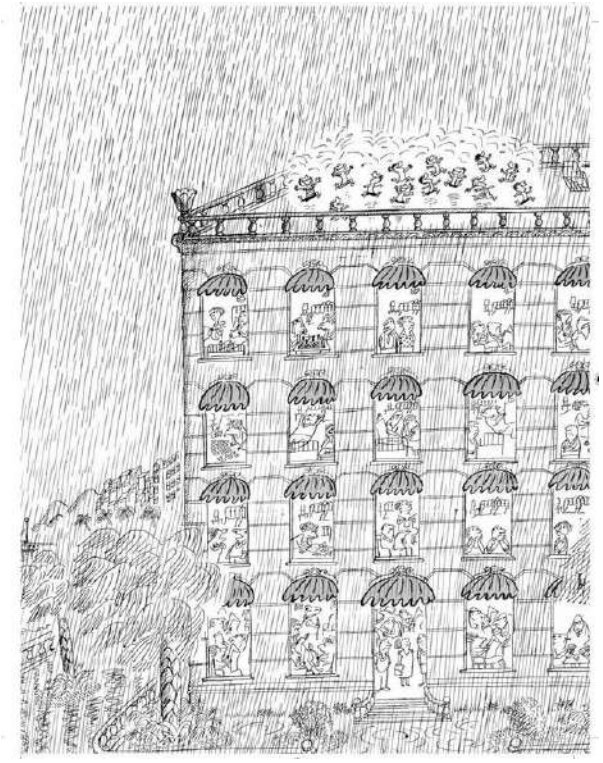
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816253

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816253

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

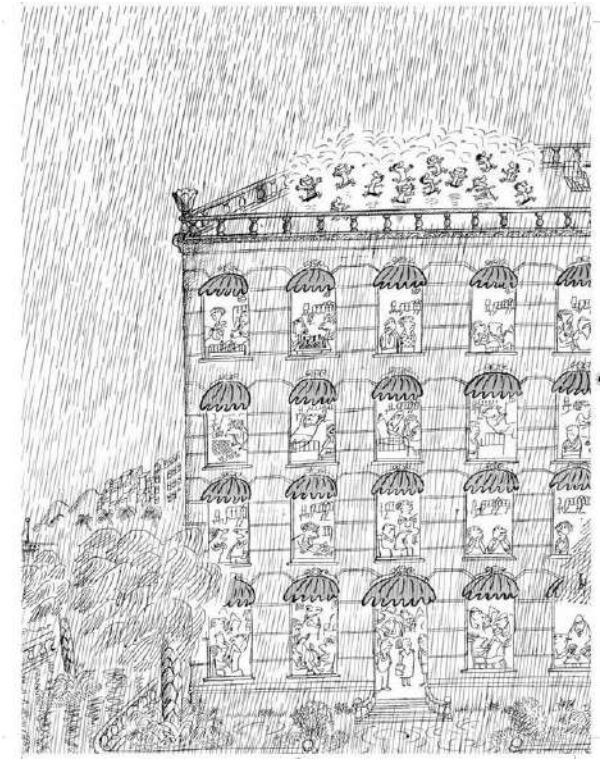
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816300

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816300

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

roubaix.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **2358**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4736**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

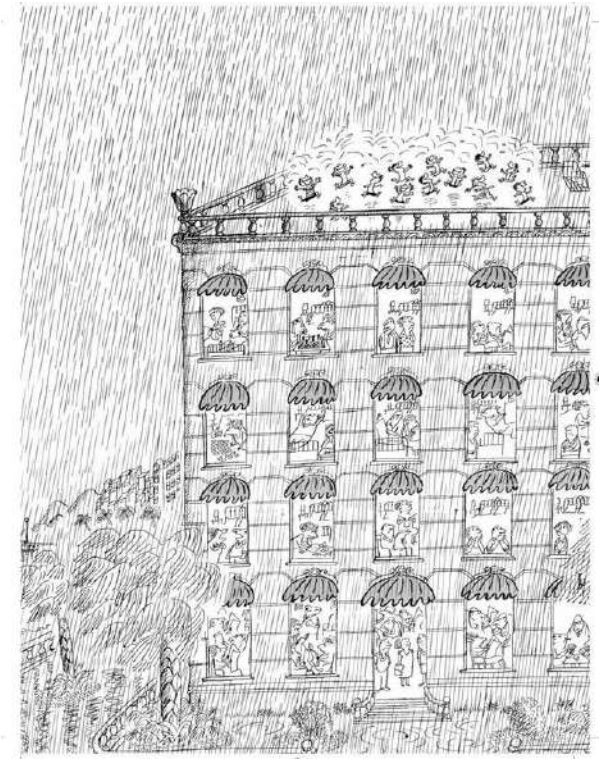
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816306

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

. Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816306

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

Sud Radio Midi

Résumé: Le dessinateur Jean-Jacques Sempé, deuxième père du "Petit Nicolas" avec René Goscinny, est décédé, hier, à l'âge de 89 ans. "Le caviste Nicolas a donné naissance au Petit Nicolas".

12 Aout 2022
Durée de l'extrait : **00:10:44**
Heure de passage : **12h15**
Disponible jusqu'au :
11 Octobre 2022

CB **Christine BOUILLOT**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
12:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Actualités-Infos Générales

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220210091

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Centre Presse AVEYRON

www.centrepresseaveyron.fr

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **286352**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3846**

Visualiser l'article

Sempé et Goscinny, les blessures des papas du "Petit Nicolas"

(AFP) - Un gamin battu, monté à Paris ses croquis sous le bras, et un exilé dont la famille a été meurtrie par l'antisémitisme : pour René Goscinny

comme pour Sempé, décédé jeudi, créer le "Petit Nicolas" fut un moyen de panser les plaies d'une enfance cabossée.

Hasard du calendrier, le processus créatif à l'origine du plus célèbre des petits écoliers, héros incontournable de la littérature jeunesse, et désormais doublement orphelin, après la mort jeudi de Sempé, est au coeur d'un film d'animation qui doit sortir le 12 octobre en salles.

"Le Petit Nicolas, qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?", pour lequel les réalisateurs Amandine Fredon et Benjamin Massoubre ont rencontré Sempé avant son décès, a remporté en juin le Cristal d'Or au Festival du film d'animation d'Annecy.

Loin de la France idéalisée des années 1950 retracée dans leurs ouvrages communs, il montre comment les deux hommes ont puisé l'inspiration dans leurs blessures intimes pour créer le petit garçon espiègle, meilleur copain de générations de lecteurs et vendu à 15 millions d'exemplaires.

Lorsqu'il rencontre Sempé dans le Paris des années 1950, Goscinny est un jeune homme qui a déjà roulé sa bosse : parti tout petit à la fin des années 1920 en Argentine avec ses parents alors que l'antisémitisme montait en Europe, il a ensuite bourlingué entre les Etats-Unis où il rêve de travailler avec Walt Disney, et rencontre notamment Morris, le créateur de Lucky Luke, et la France.

Sempé, lui, est un gamin issu d'une famille populaire de Bordeaux, battu par son beau-père et monté à Paris, carton à dessin sous le bras, pour tenter sa chance. L'amour du dessin n'est donc pas la seule chose qui relie les deux jeunes hommes.

La création du "Petit Nicolas", "c'est une histoire de résilience, de deux mecs qui se sont fait voler leur enfance, l'un par la Shoah et l'autre par un beau-père abusif, et qui vont créer cette enfance rêvée du Petit Nicolas", expliquait à l'AFP Benjamin Massoubre, l'un des co-réalisateurs, lors du Festival d'Annecy.

- "Dur de faire du Sempé" -

L'occasion de montrer autrement ces deux personnalités complices, crayon à la main, tantôt chez eux, tantôt à la terrasse d'un café : "Goscinny, très loin de son image de franchouillard en pantoufles, est un globe-trotteur", Sempé en amoureux du jazz et de la musique.

Les premiers croquis, le choix du prénom, presque au hasard, grâce à une publicité pour le caviste "Nicolas"... Le film retrace la genèse de ce qui deviendra l'une des oeuvres les plus lues du patrimoine français.

Les réalisateurs, qui ont travaillé main dans la main avec la fille de René Goscinny, Anne, ont pu exploiter les archives des artistes. Et recréer fidèlement le trait élégant de Jean-Jacques Sempé, qu'il a fallu adapter à l'écran, une gageure.

"Pour être fidèles à son univers, on est partis de ses dessins et on a fait des dossiers : les restaurants, les bars, les parcs, les arbres", pour constituer une base de données dans lesquels les dessinateurs puisaient, explique Amandine Fredon, l'autre réalisatrice.

0f-miMqbNNanrKJEl3T6Q8M5L6ALDUvXWphWih8MNzD4QVmfCaPVYgVYSJz3jlqductgaQknnHeta3UWlq0CZnQYTBl

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

"C'est très dur de faire du Sempé", reconnaît la cinéaste. Mais le pari est réussi : le film, désormais en forme d'adieu, permettra aux spectateurs de s'asseoir comme s'ils y étaient à la table où Jean-Jacques Sempé, crayon à la main, a créé ce petit garçon qui parlait tellement à l'enfant malheureux qu'il avait été.

Pour Sempé, créer le "Petit Nicolas" a été un moyen de panser les plaies d'une enfance cabossée. STEPHANE DE SAKUTIN / AFP

0f-mlMqbNNanrKJEl3T6Q8M5L6ALDUvXWphWih8MNzD4QVmfCaPVYgVYSJz3jlqductgaQknnHeta3UWlq0CZnQYTBl

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LADEPECHE.fr

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **8576494**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3853**

www.ladepeche.fr

Visualiser l'article

Sempé et Goscinny, les blessures des papas du "Petit Nicolas"

Pour Sempé, créer le "Petit Nicolas" a été un moyen de panser les plaies d'une enfance cabossée. STEPHANE DE SAKUTIN / AFP

(AFP) - Un gamin battu, monté à Paris ses croquis sous le bras, et un exilé dont la famille a été meurtrie par l'antisémitisme : pour René Goscinny comme pour Sempé, décédé jeudi, créer le "Petit Nicolas" fut un moyen de panser les plaies d'une enfance cabossée.

Hasard du calendrier, le processus créatif à l'origine du plus célèbre des petits écoliers, héros incontournable de la littérature jeunesse, et désormais doublement orphelin, après la mort jeudi de Sempé, est au coeur d'un film d'animation qui doit sortir le 12 octobre en salles.

"Le Petit Nicolas, qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?", pour lequel les réalisateurs Amandine Fredon et Benjamin Massoubre ont rencontré Sempé avant son décès, a remporté en juin le Cristal d'Or au Festival du film d'animation d'Annecy.

Loin de la France idéalisée des années 1950 retracée dans leurs ouvrages communs, il montre comment les deux hommes ont puisé l'inspiration dans leurs blessures intimes pour créer le petit garçon espiègle, meilleur copain de générations de lecteurs et vendu à 15 millions d'exemplaires.

Lorsqu'il rencontre Sempé dans le Paris des années 1950, Goscinny est un jeune homme qui a déjà roulé sa bosse : parti tout petit à la fin des années 1920 en Argentine avec ses parents alors que l'antisémitisme montait en Europe, il a ensuite bourlingué entre les Etats-Unis où il rêve de travailler avec Walt Disney, et rencontre notamment Morris, le créateur de Lucky Luke, et la France.

Sempé, lui, est un gamin issu d'une famille populaire de Bordeaux, battu par son beau-père et monté à Paris, carton à dessin sous le bras, pour tenter sa chance. L'amour du dessin n'est donc pas la seule chose qui relie les deux jeunes hommes.

La création du "Petit Nicolas", "c'est une histoire de résilience, de deux mecs qui se sont fait voler leur enfance, l'un par la

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Shoah et l'autre par un beau-père abusif, et qui vont créer cette enfance rêvée du Petit Nicolas", expliquait à l'AFP Benjamin Massoubre, l'un des co-réalisateurs, lors du Festival d'Annecy.

- "Dur de faire du Sempé" -

L'occasion de montrer autrement ces deux personnalités complices, crayon à la main, tantôt chez eux, tantôt à la terrasse d'un café : "Goscinny, très loin de son image de franchouillard en pantoufles, est un globe-trotteur", Sempé en amoureux du jazz et de la musique.

Les premiers croquis, le choix du prénom, presque au hasard, grâce à une publicité pour le caviste "Nicolas"... Le film retrace la genèse de ce qui deviendra l'une des oeuvres les plus lues du patrimoine français.

Les réalisateurs, qui ont travaillé main dans la main avec la fille de René Goscinny, Anne, ont pu exploiter les archives des artistes. Et recréer fidèlement le trait élégant de Jean-Jacques Sempé, qu'il a fallu adapter à l'écran, une gageure.

"Pour être fidèles à son univers, on est partis de ses dessins et on a fait des dossiers : les restaurants, les bars, les parcs, les arbres", pour constituer une base de données dans lesquels les dessinateurs puisaient, explique Amandine Fredon, l'autre réalisatrice.

"C'est très dur de faire du Sempé", reconnaît la cinéaste. Mais le pari est réussi : le film, désormais en forme d'adieu, permettra aux spectateurs de s'asseoir comme s'ils y étaient à la table où Jean-Jacques Sempé, crayon à la main, a créé ce petit garçon qui parlait tellement à l'enfant malheureux qu'il avait été.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web BEL

La Libre.be

www.lalibre.be

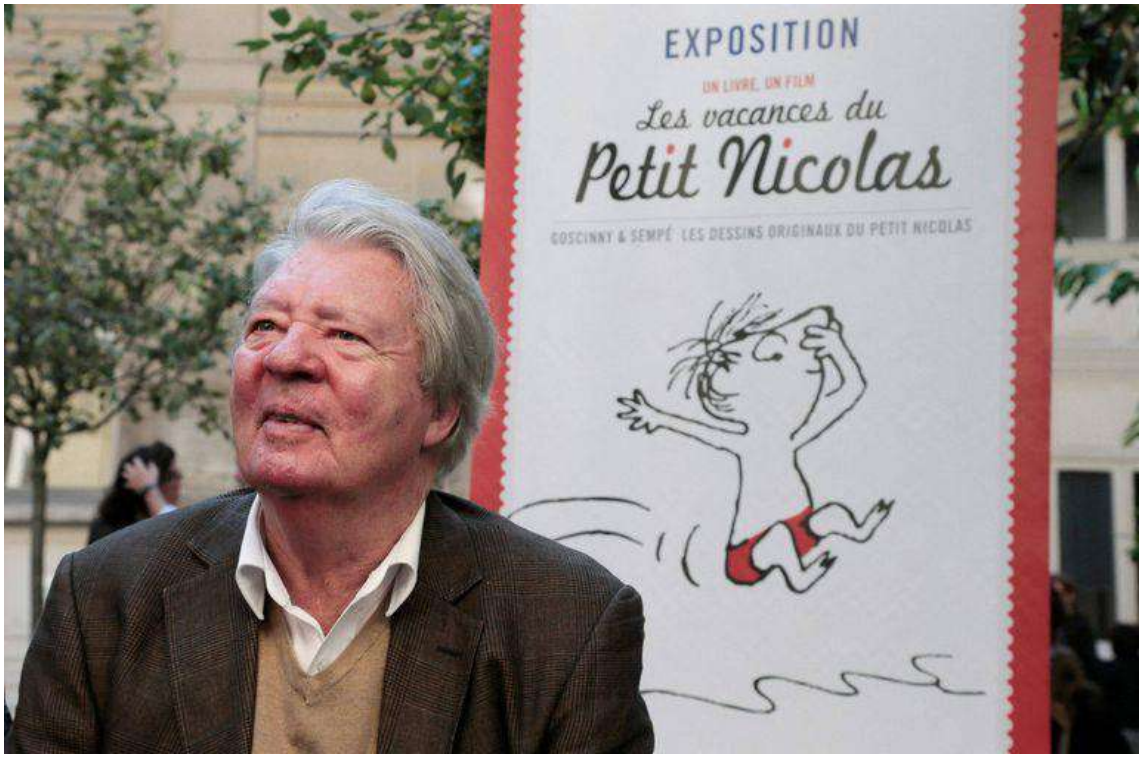
Famille du média : **Médias étrangers**
Audience : **2308278**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3776**

Visualiser l'article

Sempé et Goscinny, les blessures des papas du "Petit Nicolas"

Un gamin battu, monté à Paris ses croquis sous le bras, et un exilé dont la famille a été meurtrie par l'antisémitisme : pour René Goscinny comme pour Sempé, décédé jeudi, créer le "Petit Nicolas" fut un moyen de panser les plaies d'une enfance cabossée.



©AP

Hasard du calendrier, le processus créatif à l'origine du plus célèbre des petits écoliers, héros incontournable de la littérature jeunesse, et désormais doublement orphelin, après la mort jeudi de Sempé, est au coeur d'un film d'animation qui doit sortir le 12 octobre en salles.

"Le Petit Nicolas, qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?", pour lequel les réalisateurs Amandine Fredon et Benjamin Massoubre ont rencontré Sempé avant son décès, a remporté en juin le Cristal d'Or au Festival du film d'animation d'Annecy.

Loin de la France idéalisée des années 1950 retracée dans leurs ouvrages communs, il montre comment les deux hommes ont puisé l'inspiration dans leurs blessures intimes pour créer le petit garçon espiègle, meilleur copain de générations de lecteurs et vendu à 15 millions d'exemplaires.

Lorsqu'il rencontre Sempé dans le Paris des années 1950, Goscinny est un jeune homme qui a déjà roulé sa bosse : parti tout petit à la fin des années 1920 en Argentine avec ses parents alors que l'antisémitisme montait en Europe, il a ensuite

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

bourlingué entre les Etats-Unis où il rêve de travailler avec Walt Disney, et rencontre notamment Morris, le créateur de Lucky Luke, et la France.

Sempé, lui, est un gamin issu d'une famille populaire de Bordeaux, battu par son beau-père et monté à Paris, carton à dessin sous le bras, pour tenter sa chance. L'amour du dessin n'est donc pas la seule chose qui relie les deux jeunes hommes.

La création du "Petit Nicolas", "c'est une histoire de résilience, de deux mecs qui se sont fait voler leur enfance, l'un par la Shoah et l'autre par un beau-père abusif, et qui vont créer cette enfance rêvée du Petit Nicolas", expliquait à l'AFP Benjamin Massoubre, l'un des co-réalisateurs, lors du Festival d'Annecy.

"Dur de faire du Sempé"

L'occasion de montrer autrement ces deux personnalités complices, crayon à la main, tantôt chez eux, tantôt à la terrasse d'un café : "Goscinny, très loin de son image de franchouillard en pantoufles, est un globe-trotteur", Sempé en amoureux du jazz et de la musique.

Les premiers croquis, le choix du prénom, presque au hasard, grâce à une publicité pour le caviste "Nicolas"... Le film retrace la genèse de ce qui deviendra l'une des oeuvres les plus lues du patrimoine français.

Les réalisateurs, qui ont travaillé main dans la main avec la fille de René Goscinny, Anne, ont pu exploiter les archives des artistes. Et recréer fidèlement le trait élégant de Jean-Jacques Sempé, qu'il a fallu adapter à l'écran, une gageure.

"Pour être fidèles à son univers, on est partis de ses dessins et on a fait des dossiers : les restaurants, les bars, les parcs, les arbres", pour constituer une base de données dans lesquels les dessinateurs puisaient, explique Amandine Fredon, l'autre réalisatrice.

"C'est très dur de faire du Sempé", reconnaît la cinéaste. Mais le pari est réussi : le film, désormais en forme d'adieu, permettra aux spectateurs de s'asseoir comme s'ils y étaient à la table où Jean-Jacques Sempé, crayon à la main, a créé ce petit garçon qui parlait tellement à l'enfant malheureux qu'il avait été.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web BEL

l'avenir.net

www.lavenir.net

Famille du média : **Médias étrangers**
Audience : **1360732**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **2914**

Visualiser l'article

Sempé avait créé «Le petit Nicolas»

Son trait de crayon et la bouille du «Petit Nicolas» étaient connus de tous.Sempé est décédé hier à l'âge de 89 ans.

Sempé avait imaginé le «Petit Nicolas», mais aussi des centaines de dessins de presse. ©AFP

Le dessinateur français Jean-Jacques Sempé, connu pour ses illustrations des aventures du "Petit Nicolas" et ses dessins de presse humoristiques, est décédé jeudi à l'âge de 89 ans, a annoncé en soirée son épouse Martine Gossieaux Sempé à l'AFP.

Selon son ami et biographe Marc Lecarpentier, "il était dans sa résidence de vacances entouré de sa femme et ses amis proches."

Grand maître français de l'humour et de la poésie, mélange de dérision et de modestie, Sempé a tracé depuis les années 1950 jusqu'à aujourd'hui une oeuvre pleine de bonhommie: des dessins pour le New Yorker, Paris Match ou L'Express aux albums du "Petit Nicolas".

Sempé a été l'un des artistes les plus sollicités par le New Yorker avec une centaine de couvertures dessinées de sa main.

Le Petit Nicolas, né en 1959

Né en 1932 à Pessac, près de Bordeaux, le dessinateur a publié une douzaine d'albums dans sa carrière, "Saint Tropez", "Tout

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

se complique" et surtout le "Petit Nicolas", vendu aujourd'hui à quelque 15 millions d'exemplaires.

Enfant naturel, battu et bègue, Sempé n'a pas vraiment eu l'enfance de son héros Nicolas qu'il fait grandir avec Goscinny dans une France idéalisée des années 1950.

Une affiche des vins... Nicolas

Il vend ses premières planches en 1950 à Sud Ouest qu'il signe "DRO" (de "to draw", dessiner en anglais).

"A la fin des années 1950, je travaillais avec une agence à laquelle collaborait également René Goscinny, expliquait-il. *Un jour, un hebdomadaire belge, Moustique, a besoin du dessin en couleurs d'un garnement. Je file chez moi, je fouille dans mes dessins, je trouve l'esquisse d'un galopin. Reste à lui trouver un nom. En route vers mon rendez-vous, je vois une affiche des vins Nicolas, qui est également le prénom de mon fils. Voilà pour le baptême."*

Depuis le "Petit Nicolas" qu'il a créé en 1959, Jean-Jacques Sempé a publié quasiment un album par an et signé une centaine de Unes dans la presse.

Un autobus sur un pont traversant la Seine de nuit, des musiciens, des cyclistes, un cracheur de feu, des scènes à Central Park, Saint-Tropez ou au Jardin du Luxembourg... Dans chacune de ses oeuvres, on retrouve ses thèmes de prédilection: la petitesse de l'homme dans la nature, sa solitude dans la ville, ses disputes, ses ridicules et ses ambitions démesurées, les limites de l'esprit d'équipe.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**
Audience : **5330865**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

11 Aout 2022
Journalistes : **Marius Chapuis**
Nombre de mots : **15499**

www.liberation.fr

Visualiser l'article

Mort de Sempé, traits très sensibles

Père du «Petit Nicolas», illustrateur de génie devenu patrimoine national, croquant l'air du temps avec délicatesse et simplicité, le dessinateur minutieux des petits riens et du décalage est mort ce jeudi 11 août à 89 ans.

Jean-Jacques Sempé chez lui, en novembre 2017.

Sempé, c'est une signature. Soixante ans de dessins et un prénom qui surgit immédiatement sans être le sien : Nicolas. Le petit Nicolas. Créature aussi populaire qu'imperméable au temps, parce que démodée dès sa venue au monde. Mais Jean-Jacques Sempé était plus que ça. Illustrateur génial, il ne jurait que par le dessin humoristique. Le sien est simple et intense, fragile et robuste. Un rire qui jamais ne se moque et s'est promené des pages du dimanche de la presse régionale aux couvertures du *New Yorker* . Jean-Jacques Sempé est mort ce jeudi 11 août, à quelques jours de ses 90 ans.

Sempé avait 20 ans lorsqu'un magazine belge lui avait demandé de créer un personnage récurrent. Echappé de Bordeaux quelque temps plus tôt, il arrondissait alors à Paris sa solde de soldat en plaçant quelques dessins dans la presse. Au *Moustique* qui le sollicite, il propose donc les aventures d'un petit garçon dont le prénom a surgi dans son esprit parce qu'il venait de voir une publicité pour les vins Nicolas. Le directeur de publication est enthousiaste, lui en demande plus, et réclame une bande dessinée. Or Sempé déteste la BD et son langage codifié : *«J'ai horreur des petits carrés et des grosses lettres, des «Booms»...»* racontera-t-il bien des années plus tard à France Culture. René Goscinny qu'il a croisé dans les bureaux de l'agence World Press, lui dit d'y aller quand même. Il se résigne à accepter, à condition que Goscinny lui signe des histoires (sous le pseudo d'Agostini). La publication débute donc sous forme de BD à l'automne 1955. Avant d'être interrompue, victime collatérale du combat de Goscinny qui se bat pour que le statut des scénaristes et dessinateurs soit revalorisé. Goscinny est foutu à la porte, Sempé se tire aussi. *Le Petit Nicolas* rebondira quelques mois plus tard dans les pages de *Sud-Ouest* , mais sous la forme hybride dans laquelle on le connaît aujourd'hui : des dessins accompagnés de textes au long. Si Goscinny écrit, c'est Sempé qui dicte les souvenirs. Le football, les colonies de vacances, l'agitation turbulente des cours de récré. Le garnement et ses amis aux prénoms d'un autre âge (Alceste, Clotaire) en appellent à une nostalgie universelle et fantasmée de la jeunesse. *«Comme tout le monde, je porte toujours un regard attendri sur l'enfance,* dit l'adulte Sempé. *Même si, en y repensant, il n'y avait pas trop de quoi.»*

Né en 1932 à Pessac, près de Bordeaux, Jean-Jacques Sempé est enfant unique. Et triste. Il s'évade, raconte-t-il plus tard, en écoutant la radio à longueur de journée, histoire de couvrir le bruit de parents qui se déchirent en permanence. Le père boit. La mère est brutale *«Il y avait une expression de ma mère qui disait : «Approche un peu, approche que je te donne une gifle*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

et le mur t'en donnera une autre.»» Son premier amour se fixe sur la musique et ne l'abandonnera jamais. Chef d'orchestre, big band ou répétition, les motifs reviendront toute sa vie au travers du dessin. Sans rien connaître aux instruments, le petit Sempé s'imagine dans l'orchestre de Duke Ellington. Au piano. Il s'éprend de Ravel, Debussy, Stravinsky et Bach. *«Mais pas cette infâme musique pop»* ... La cour d'école qu'il peindra comme un idéal est alors pour lui une source de joie, d'un heureux vacarme quand celui de la maison est d'autant plus embarrassant que tout le quartier en est témoin. C'est vers 12 ans qu'il trouve dans le dessin une autre ligne de flottaison, un espace de respiration et de gaieté. Il dessinera des gens heureux, se dit-il. A 14 piges, Sempé quitte l'école et commence à travailler. Autre époque. Livreur à bicyclette, représentant en dentrifice... Et puis il s'engage dans l'armée, qui offre un moyen de couper avec Bordeaux dont il gardera l'image d'une ville lugubre. Dans la presse parisienne des années 1950, il parvient à placer ses premiers dessins en se faisant passer pour un étudiant aux Beaux-Arts. Le jeune homme se cherche un pseudo et se fixe, fier de lui, sur Drô, inspiré de l'anglais *to draw* (dessiner). Il l'abandonnera vite.

Lignes ondulantes et petits détails

Rapidement éditées en livres, *les Aventures du Petit Nicolas* lui apportent une première reconnaissance. Suffisamment en tout cas pour qu'il obtienne de son éditeur Denoël qu'il publie également des recueils de ses dessins humoristiques. Le premier, *Rien n'est simple* , paraît en 1962. Les années De Gaulle vues à hauteur de pavé. Un petit monsieur en imper, très sérieux, très grave, très professionnel, s'offre un sourire en allant se faire ratatiner, étirer, ridiculiser par une foire de miroirs déformants. Partout les visages autoritaires et ridicules des puissants : la maréchaussée qui s'époumone en hurlant sur les automobilistes (mais un cri proportionné à la taille du véhicule) ; un duel entre un petit employé qui s'efface dans son siège ; un grand et gras patron affalé derrière son bureau sur lequel deux panneaux résument tout : d'un côté «soyez bref», de l'autre «sois calme». Parfois, un dessin suffit pour tout résumer. Parfois il en faut plusieurs.

A voir le séquençage parfait du mouvement dans cette scène d'un employé du bureau lancé à pleine bourre pour attraper son bus, on se dit que les auteurs sont parfois les plus mauvais juges de leur travail. Sempé n'aime pas la bande dessinée, ne s'y intéresse pas. *«La bande dessinée, je ne la connais pas, je ne me tiens pas du tout au courant de ce qui s'y fait. Je crois qu'il s'agit d'une discipline très éloignée de la mienne,* lâche-t-il dans un entretien aride aux *Cahiers de la BD* en 1987. *Je cherche à condenser, alors que la bande dessinée allonge et joue sur la durée.»* Pourtant, il faudrait être aveugle pour ne pas noter que Sempé fait parfois souvent de la bande dessinée et que ce n'est pas grave. Que s'il ne les enserre pas dans des cases, ses planches sont sérielles, travaillent l'ellipse, le rythme et font récit tout en culminant vers une chute. Mais Sempé s'acharnera à répéter que non, ce n'est pas ce qu'il fait, comme si les petits textes installés au pied des planches de Monsieur Lambert suffisaient à faire oublier les bulles au-dessus et ses talents de dialoguiste.

Sempé dessine au présent mais attrape quelque chose de plus grand, d'atemporel. Une vacuité commune. Une douceur et une absurdité, aussi, qui rapproche son langage du cinéma de Jacques Tati.

Ce premier recueil est vite suivi par d'autres, aux titres en forme de lieux communs dépressifs : *Tout se complique, Sauve qui peut* ... Les collaborations avec la presse se multiplient au fil des ans. D'abord *Ici Paris* et *France Dimanche* , puis *Paris Match* et *l'Express* où il chronique *«la vie moderne»* de 1965 à 1975. Des personnages qui vivent d'un trait, d'une ligne ondulante, et s'illuminent au travers d'un petit détail. Tandis que le dessin s'affine, gagne une légèreté presque jetée, les planches se densifient, gagnent en détails, en petits riens qui captent la vie parisienne, tant et si bien que son dessin humoristique invite le lecteur à chercher le gag, à trouver le déraillement. Cette minutie avec laquelle il capte les badauds dans leur routine attablés à une terrasse de café, lancés dans une course endiablée pour se jeter dans une bouche de métro n'est pas pour autant une forme de soumission à l'ère du temps. Sempé dessine au présent mais attrape quelque chose de plus

CASTELNICOLAS2 - CISION 365798754
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

grand, d'atemporel. Une vacuité commune. Une douceur et une absurdité, aussi, qui rapproche son langage du cinéma de Jacques Tati. S'il se moque des sinistres olibrius en costards, les financiers, les constructeurs de blocs d'habitation en béton, les n + 1, c'est en leurs prêtant aussi parfois des mots poétiques. Façon de souligner le ridicule de leur posture, leur propre faiblesse.

Travailler l'espace vide

Sempé sait attraper les choses avec un angle différent, un décalage de trois fois rien (regarder un second plan à la lumière d'un premier plan qui ne colle pas) qui laisse entrer une forme de poésie dans son humour. Ainsi en regardant des violonistes à travers une fenêtre ouverte, Sempé orchestre la scène de manière à ce que les musiciens semblent jouer pour égayer le quotidien d'oiseaux qui nichent au premier plan. Cet art du décalage s'exprime aussi dans l'écart entre le côté sentencieux des maximes de certains personnages et la petitesse avec laquelle ils habitent la page, au point de ressembler à de ridicules petites choses perdues dans l'immensité de la ville. Il faudrait souligner aussi combien Sempé savait enlacer le blanc, laisser la feuille en réserve pour travailler l'espace vide. Une manière de construire autour du déséquilibre graphique qui témoigne une façon de penser le monde : *«C'est très important pour moi ce sentiment que les êtres humains sont quand même assez petits par rapport à tout ce qui les entoure.»* Dans un petit carré laissé blanc et vacant entre de monumentales barres d'immeubles qui n'en finissent plus de pousser les unes sur les autres, faisant oublier jusqu'au souvenir de ce qu'est une ligne d'horizon, un minuscule architecte fait rêver les investisseurs : *«L'important sera de créer un climat érotique.»* Sempé sait mieux que personne utiliser la saturation, la répétition, le décadrage pour figurer l'aliénation de l'homme moderne : sa vie robotique métro-boulot-dodo, sa façon de se sentir vide malgré des étagères qui débordent d'objets.

A ces torrents d'encre, s'ajoute le travail de la couleur l'aquarelle, la gouache. Qui pointe, souligne, le gag. Ou se contente de l'embellir. Au raffut de la ville et de ses foules, à ce petit monsieur tout-le-monde nommé Lambert qui échange avec ses collègues de bureau sur le foot, la politique ou le nouveau parking qui va sortir de terre, s'ajoute tout un univers de splendides scènes de campagne où les hautes herbes se lèvent et se couchent au gré de la respiration d'Eole. Dans *Simple question d'équilibre* , parfait ouvrage absorbé par le motif de la bicyclette, tout est affaire de nez au vent, de grand air et de bourrasques qui s'engouffrent dans un foulard noué autour du cou. Une délicatesse rare, dont Nylso est aujourd'hui l'héritier le plus évident quand Catherine Meurisse capte davantage son côté citadin.

«[Quand le " New Yorker m'a appelé], j'étais fier comme un pou. Je rentrais dans la famille traditionnelle des grands dessinateurs d'humour à New York. Enfin, je ne rentrais pas... ils m'invitaient gentiment.» Sempé

Dans les années 1970, Sempé donne une interview à une journaliste du *New Yorker* qui repart avec un de ses livres sous le bras. A l'été 1978, le magazine lui commande une première couverture : le dessin d'un homme d'affaires à corps de corbeau qui regarde la ville de haut, depuis le rebord d'une fenêtre, et hésite un instant avant de prendre son envol. *«J'étais fier comme un pou. Je rentrais dans la famille traditionnelle des grands dessinateurs d'humour à New York. Enfin, je ne rentrais pas... ils m'invitaient gentiment.»* C'est le début d'une longue et fructueuse collaboration, le Français signant plus d'une centaine de couvertures pour l'emblématique magazine (réunies dans *Sempé à New York*). Ce dont il tire une immense fierté, au point d'expliquer qu'au *New Yorker* il a trouvé sa *«famille»* de dessin. Dont la figure tutélaire serait Saul Steinberg, qui fut pour lui à la fois une influence incontournable et un repoussoir tant Sempé dit avoir lutté pour se construire sans imiter Steinberg. A ceux qui lui passent de la pommade, qui lui disent qu'il est un génie, Sempé répond qu'une telle chose n'existe pas, que seul existe le travail. *«Il faut s'installer à sa table à dessin. On reste la journée jusqu'à ce qu'on ait trouvé une idée. Si on n'a pas trouvé d'idée à la fin de la journée, on recommence le lendemain. Au bout de quinze jours, on n'a rien trouvé ? Il faut continuer. Un jour, obligatoirement ça viendra. C'est très pénible, extrêmement pénible, parce que*

CASTELNICOLAS2 - CISION 365798754
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

contrairement à ce qu'on croit, ce n'est pas du tout dû à l'observation mais uniquement à l'imagination.»

«Neuf fois sur dix, je mens»

Tandis qu'il gagne une stature internationale, Sempé s'éloigne de la presse française. Moins dépendante des dessinateurs qu'autrefois, elle est surtout avide de trait satirique quand lui s'accroche à son dessin «humoristique», refusant la réaction à chaud, la caricature, le commentaire immédiat. *«Je ne sais pas faire de dessin d'actualité, et plus spécialement encore de l'actualité politique. Les ambiances m'inspirent davantage que les faits.»* Et dans les faits, il est bien difficile de trouver un successeur contemporain au dessin de presse tel qu'il a pu être pratiqué par Chaval ou Sempé.

Qu'importe. Avec le temps, Sempé est devenu un trésor national, célébré par tous, de *Elle* à *Valeurs actuelles* . La France des *Choristes* , en mal d'images d'Epinal, s'est jetée sur l'adaptation sans génie de son *Petit Nicolas* au cinéma. Le personnage qui n'avait jamais été transformé en doudou marketing s'est retrouvé sur des trousses, des cartables, en série télé 3D à l'esthétique abominable. Avant que ça ne soit le tour du personnage de Raoul Taburin de finir en long-métrage. On en oublierait presque, dans ce concert de louanges pour le bon monsieur Sempé, qu'il s'est fait flasher par la patrouille en 2018, son nom apparaissant dans les «Panama Papers» derrière une cascade de sociétés prête-noms. Dans les colonnes du *Monde* , son agente et galeriste Martine Gossieaux assure que l'auteur *«avait oublié l'existence de ces comptes»* mais que tout était en ordre. Diminué par un accident de ski en 2007 puis un AVC, Sempé se fait plus rare. Dans un documentaire qui lui est consacré, il fait part de ses regrets, ses tristesses, ses angoisses. *«Je suis affolé dès qu'on me pose une question. J'ai peur de me tromper, j'ai peur de ne pas dire la vérité et il est certain que, neuf fois sur dix, je mens. Parce qu'il y a des choses que je n'ai pas envie de dire. Mais j'ai envie de satisfaire l'intervieweur, c'est son boulot, alors je réponds des choses qui se contredisent au fil des années. Moi-même, je ne m'y retrouve pas toujours.»* En 2017 à *Libération* qu'il reçoit dans son appartement-atelier, l'homme aux yeux bleus gris plein de douceur dit pourtant une vérité simple : *«Quand on parle pour faire l'intelligent, il est rare qu'on réussisse.»*

CASTELNICOLAS2 - CISION 365798754
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

L'INDEPENDANT

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **3120904**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3765**

www.lindependant.fr

Visualiser l'article

Sempé et Goscinny, les blessures des papas du "Petit Nicolas"

(AFP) - Un gamin battu, monté à Paris ses croquis sous le bras, et un exilé dont la famille a été meurtrie par l'antisémitisme : pour René Goscinny comme pour Sempé, décédé jeudi, créer le "Petit Nicolas" fut un moyen de panser les plaies d'une enfance cabossée.

Hasard du calendrier, le processus créatif à l'origine du plus célèbre des petits écoliers, héros incontournable de la littérature jeunesse, et désormais doublement orphelin, après la mort jeudi de Sempé, est au coeur d'un film d'animation qui doit sortir le 12 octobre en salles.

"Le Petit Nicolas, qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?", pour lequel les réalisateurs Amandine Fredon et Benjamin Massoubre ont rencontré Sempé avant son décès, a remporté en juin le Cristal d'Or au Festival du film d'animation d'Annecy.

Loin de la France idéalisée des années 1950 retracée dans leurs ouvrages communs, il montre comment les deux hommes ont puisé l'inspiration dans leurs blessures intimes pour créer le petit garçon espiègle, meilleur copain de générations de lecteurs et vendu à 15 millions d'exemplaires.

Lorsqu'il rencontre Sempé dans le Paris des années 1950, Goscinny est un jeune homme qui a déjà roulé sa bosse : parti tout petit à la fin des années 1920 en Argentine avec ses parents alors que l'antisémitisme montait en Europe, il a ensuite bourlingué entre les Etats-Unis où il rêve de travailler avec Walt Disney, et rencontre notamment Morris, le créateur de Lucky Luke, et la France.

Sempé, lui, est un gamin issu d'une famille populaire de Bordeaux, battu par son beau-père et monté à Paris, carton à dessin sous le bras, pour tenter sa chance. L'amour du dessin n'est donc pas la seule chose qui relie les deux jeunes hommes.

La création du "Petit Nicolas", "c'est une histoire de résilience, de deux mecs qui se sont fait voler leur enfance, l'un par la

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Shoah et l'autre par un beau-père abusif, et qui vont créer cette enfance rêvée du Petit Nicolas", expliquait à l'AFP Benjamin Massoubre, l'un des co-réalisateurs, lors du Festival d'Annecy.

- "Dur de faire du Sempé" -

L'occasion de montrer autrement ces deux personnalités complices, crayon à la main, tantôt chez eux, tantôt à la terrasse d'un café : "Goscinny, très loin de son image de franchouillard en pantoufles, est un globe-trotteur", Sempé en amoureux du jazz et de la musique.

Les premiers croquis, le choix du prénom, presque au hasard, grâce à une publicité pour le caviste "Nicolas"... Le film retrace la genèse de ce qui deviendra l'une des oeuvres les plus lues du patrimoine français.

Les réalisateurs, qui ont travaillé main dans la main avec la fille de René Goscinny, Anne, ont pu exploiter les archives des artistes. Et recréer fidèlement le trait élégant de Jean-Jacques Sempé, qu'il a fallu adapter à l'écran, une gageure.

"Pour être fidèles à son univers, on est partis de ses dessins et on a fait des dossiers : les restaurants, les bars, les parcs, les arbres", pour constituer une base de données dans lesquels les dessinateurs puisaient, explique Amandine Fredon, l'autre réalisatrice.

"C'est très dur de faire du Sempé", reconnaît la cinéaste. Mais le pari est réussi : le film, désormais en forme d'adieu, permettra aux spectateurs de s'asseoir comme s'ils y étaient à la table où Jean-Jacques Sempé, crayon à la main, a créé ce petit garçon qui parlait tellement à l'enfant malheureux qu'il avait été.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

PARIS MATCH

www.parismatch.com

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**
Audience : **3850184**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **4573**

Visualiser l'article

Hommage à Sempé - la naissance du Petit Nicolas

Le Petit Nicolas est d'abord né sous la forme d'une BD en couleurs publiée dans l'hebdomadaire belge «Le Moustique», entre 1955 et 1956.

Les dessins sont de Sempé et le scénario de Goscinny, qui signr «Agostini». Malgré l'enthousiasme des deux nouveaux amis, la formule fait long feu. Pourtant, le tandem est loin d'en avoir fini avec le petit bonhomme aux culottes courtes... Et lui avec eux.

A l'origine, Nicolas est une création graphique du seul Sempé. Mais il n'a pas grand-chose à voir avec le « Petit Nicolas que nous connaissons aujourd'hui. Ce gamin rigolard que le jeune Bordelais dessine en une case pour le journal Le Moustique » n'a même pas de nom! C'est à la demande du directeur de l'hebdomadaire belge que le dessinateur le baptisera, en s'inspirant d'une affiche de publicité pour le caviste Nicolas aperçue au flanc d'un autobus. Un prénom peu courant à l'époque (voir « N comme Noms »). En 2006, Sempé confiera à « VSD » avoir appelé son propre fils Jean-Nicolas, plutôt que Nicolas, car il «!

Sempé et Goscinny se rencontrent en 1954. Le fruit de cette amitié naissante sera une première BD racontant les aventures du Petit Nicolas. Vingt-huit planches publiées en quatrième de couverture du «Moustique », dessinées par Sempé et scénarisées par Goscinny. Il s'agit toujours d'un Petit Nicolas « préhistorique », même si l'histoire contient déjà quelques-uns des «

C'est Henri Amouroux, le rédacteur en chef de Sud Ouest Dimanche », qui va donner une nouvelle vie au « Petit Nicolas ». Il a besoin d'une histoire amusante pour son numéro de Pâques 1959. Goscinny et Sempé saisissent la balle au bond. Le premier expliquera : « Nous avons eu l'idée justement de reprendre ce personnage et nous avons d'ailleurs créé tous les personnages en même temps. C'était tout simplement le Petit Nicolas qui recevait chez lui ses amis pour un goûter à Pâques.» C'est la première apparition du Nicolas «moderne», en forme de textes écrits par Goscinny et illustrés par Sempé.

Très vite, les lecteurs accrochent et réclament la suite. Ils seront servis. Chaque semaine, pendant six ans, parait une nouvelle péripétie du garnement en culottes courtes Dans le même temps, les premiers recueils d'histoires issues de Sud Ouest Dimanche sont édités. Pourtant, en librairie, le succès n'est pas immédiat. Le premier volume paru en 1960 chez Denoël est même un bide. Oui, mais une libraire inconnue continue inlassablement de s'approvisionner tous les quinze jours chez l'éditeur. Maigre consolation, qui encourage Denoël à persévérer. Bien lui en prend puisque les ventes explosent à partir du deuxième recueil, «Les Récrés du Petit Nicolas », paru en 1961.

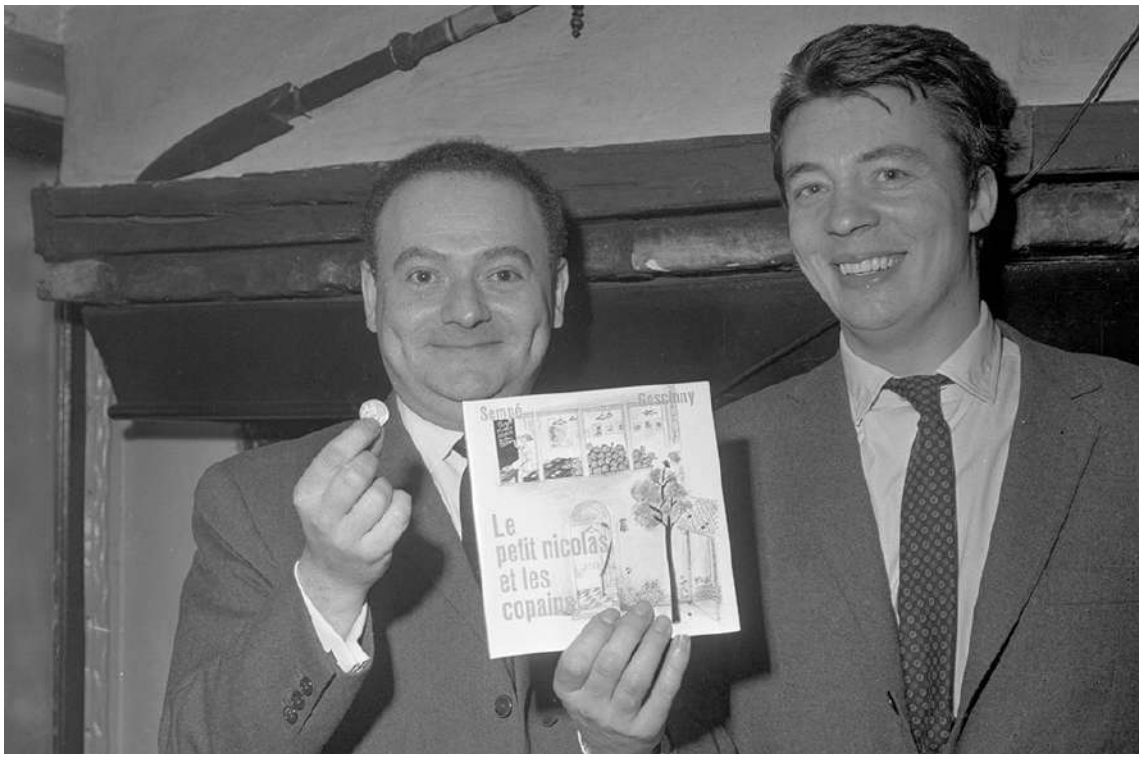
«L'univers du Petit Nicolas est un monde idéal»

Entre le public et le garçonnet, c'est le début d'une passion au long cours. Les enfants abonnés à Pilote» (le magazine fondé par Goscinny publie le - Petit Nicolas dès 1959) se régalent des péripéties de ces gosses qui défient toute autorité en restant malgré tout de braves gamins. Les adultes, eux, sont persuadés que l'auteur est un papa inspiré par son fiston. En réalité, Goscinny est célibataire et vit chez sa mère. C'est que la matière du récit, ce sont d'abord ses propres souvenirs d'enfance, enrichis parfois par ceux de Sempé. Ce dernier, dont les vertes années n'avaient pas été un long fleuve tranquille, confiait au « Figaro en 2004: «L'univers du Petit Nicolas est un monde idéal. C'est l'enfance que lui et moi aurions voulu avoir. C'est le grand talent de Goscinny d'avoir réussi à créer un monde de gosses tel que tout le monde en rêve.»

Même les plus beaux rêves ont toutefois une fin. En 1965, Goscinny et Sempé interrompent d'un commun accord leur collaboration. Ils ont déjà tant à faire avec leurs autres ceuvres: Goscinny avec Astérix » ou « Lucky Luke », Sempé avec ses nombreuses collaborations de presse (« New Yorker », « Télérama », L'Express ...). Mais pour le Petit Nicolas, dont les aventures s'écoulent alors à des centaines de milliers d'exemplaires, ce n'est pas la fin de l'histoire. Simplement, il vole désormais de ses propres ailes.

07qcB_7jcxEBehMCxmyIy2y1ZpS3KNWOd9Pw6-J6r3oGECtZeUfS12vHV6IoO5kTun4z22_B7Oz_yQHQUwzbvAwZDZk

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



René Goscinny et Jean-Jacques Sempé, lauréats du Prix Alphone-Allais, présentent leur livre «Nicolas et les copains», à Paris, France le 11 février 1964. © KEYSTONE-FRANCE/Gamma-Rapho via Getty Images

07qcB_7jcxEBehMCxmyIy2y1ZpS3KNWOd9Pw6-J6r3oGECtZeUfS12vHV6loO5kTun4z22_B7Oz_yQHQUwzbvAwZDZk

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

alencon.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **13832**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

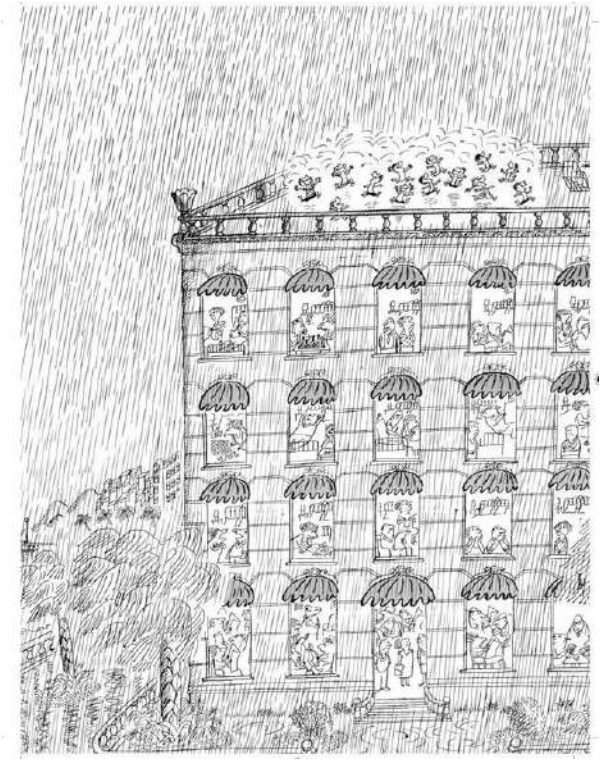
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816015

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816015

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

angers.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **77390**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

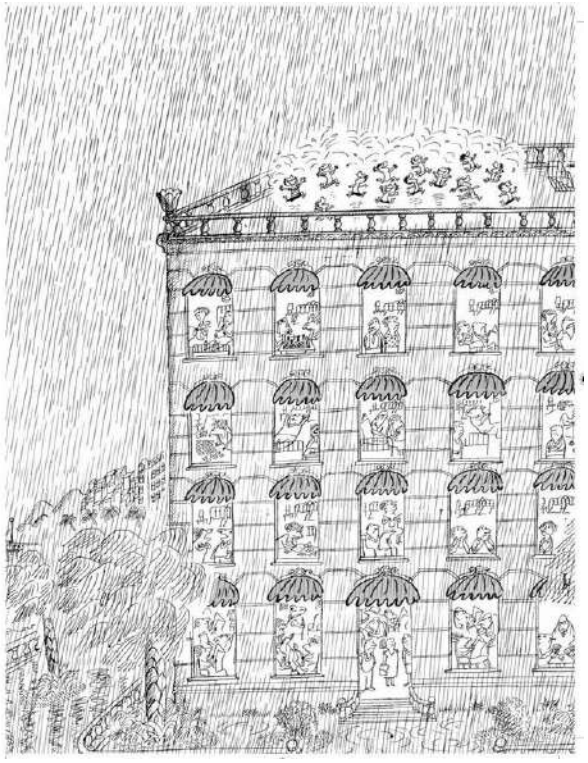
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816044

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816044

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

arras.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **552**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

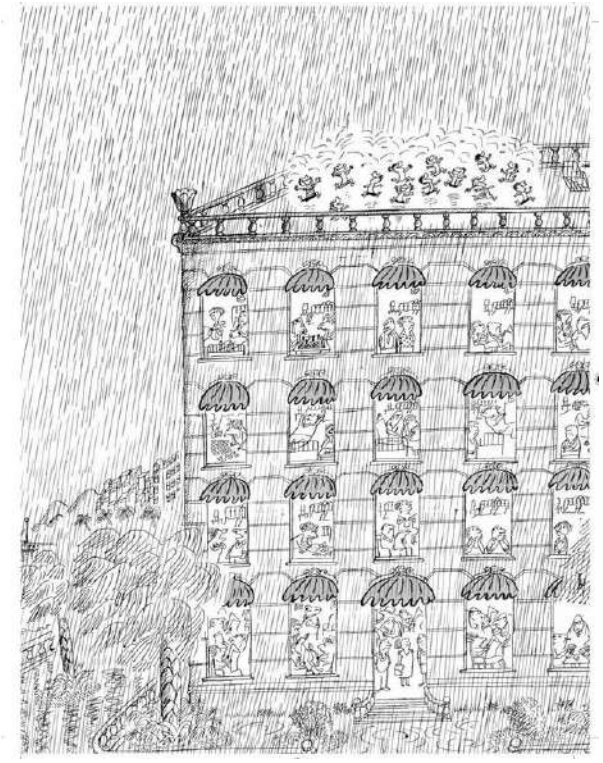
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816201

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816201

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

brest.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **37535**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

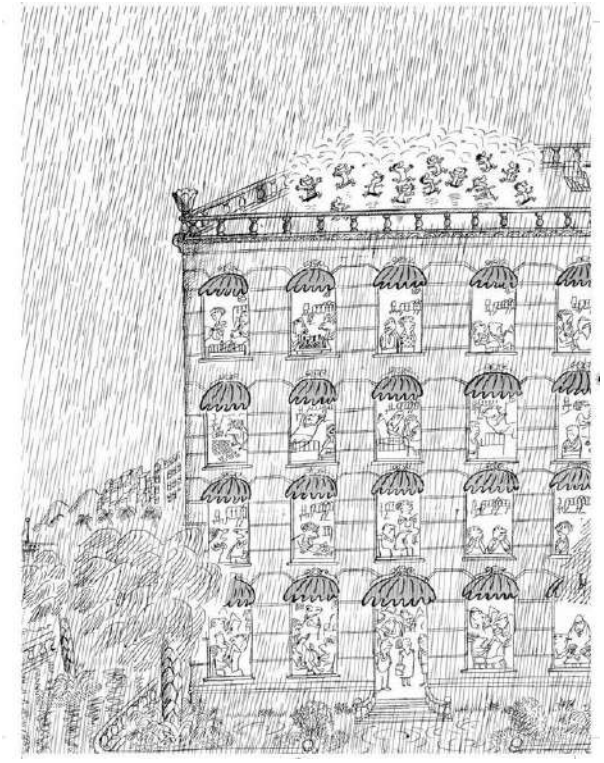
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816069

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816069

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

brignoles.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **15991**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

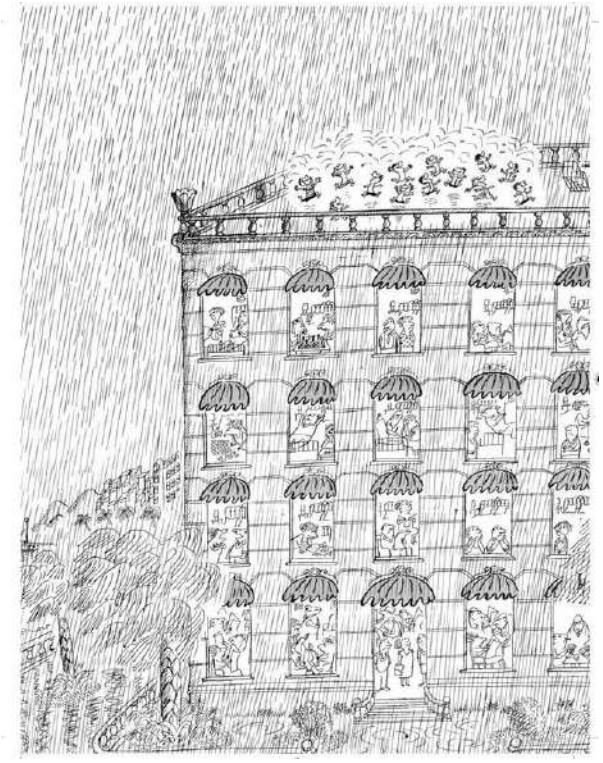
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365818971

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365818971

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

caen.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **41935**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

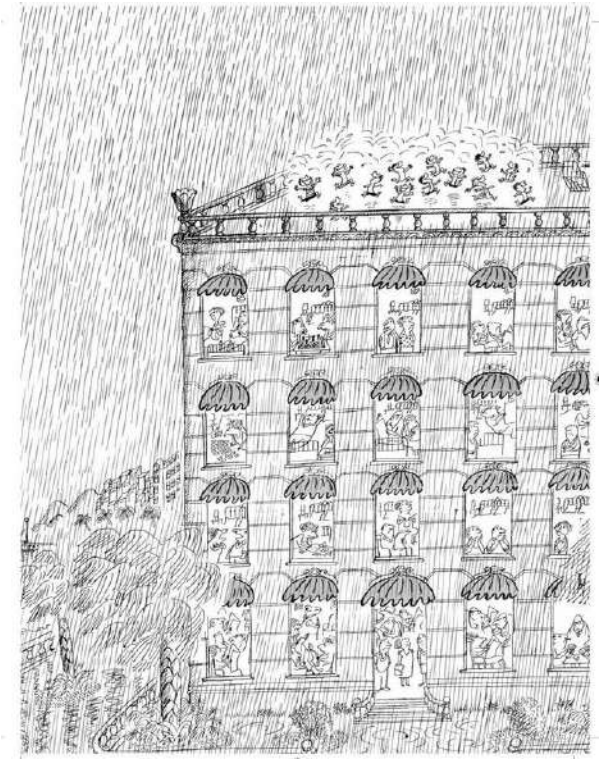
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816119

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816119

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CENTRE PRESSE
LE QUOTIDIEN DE LA VIENNE

Famille du média : **PQR/PQD**
(Quotidiens régionaux)
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **78000**
Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **Du 13 au 14 aout 2022**
P.36
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **799**

coulisses

Le Petit Nicolas de Sempé : une histoire d'enfance volée

La disparition de Sempé a provoqué de nombreux hommages en France et à l'étranger. Un film revient sur la genèse de son petit personnage vedette.

C'est l'histoire d'un gamin battu, monté à Paris ses croquis sous le bras, et d'un exilé dont la famille a été meurtrie par l'antisémitisme : pour Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi, comme pour René Goscinny, créer le *Petit Nicolas* fut un moyen de panser les plaies d'une enfance cabossée. Hasard du calendrier, le processus créatif à l'origine du plus célèbre des petits écoliers, héros incontournable de la littérature jeunesse, et désormais doublement orphelin, est au cœur d'un film d'animation qui doit sortir le 12 octobre en salles.

Un petit garçon inspiré par des blessures intimes

Le Petit Nicolas, qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?, pour lequel les réalisateurs Amandine Fredon et Benjamin Massoubre avaient rencontré Sempé, a remporté en juin le Cristal d'or au Festival du film d'animation d'Annecy.

Loin de la France idéalisée des années 1950 retracée dans leurs ouvrages communs, il montre comment les deux hommes ont puisé l'inspiration dans leurs blessures intimes pour créer le petit garçon espiègle, meilleur copain de générations de lecteurs et vendu à 15 millions d'exemplaires.

Lorsqu'il rencontre Sempé dans le Paris des années 1950, Goscinny est un jeune homme qui a déjà roulé sa bosse : parti tout petit à la fin des années 1920 en Argentine avec ses parents alors que l'antisémitisme montait en Europe, il a ensuite bourlingué entre les États-Unis, où il rêve de travailler avec Walt Disney et rencontre notamment Morris le créateur de Lucky Luke, et la France. Sempé, lui, est un gamin issu

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

CENTRE PRESSE
LE QUOTIDIEN DE LA VIENNE

Le Petit Nicolas de Sempé : une histoire d'enfance volée

Edition : **Du 13 au 14 aout 2022 P.36**

Après René Goscinny, le Petit Nicolas a perdu son deuxième papa, Jean-Jacques Sempé.

(Photo AFP)

d'une famille populaire de Bordeaux, battu par son beau-père et monté à Paris pour tenter sa chance. L'amour du dessin n'est donc pas la seule chose qui relie les deux jeunes hommes.

La création du *Petit Nicolas*, *« c'est une histoire de résilience, de deux mecs qui se sont fait voler leur enfance, l'un par la Shoah et l'autre par un beau-père abusif, et qui vont créer cette enfance rêvée du Petit Nicolas »*, expliquait Benjamin Massoubre lors du Festival d'Annecy. L'occasion de montrer autrement ces deux personnalités complices, crayon à la main, tantôt à domicile, tantôt à la terrasse d'un café : Goscinny, très loin de son image de franchouillard en pantoufles, en globe-trotteur ; Sempé en amoureux du jazz et de la musique.

« C'est dur de faire du Sempé »

Les premiers croquis, le choix du prénom, presque au hasard, grâce à une publicité pour le caviste Nicolas... Le film retrace la genèse de ce qui deviendra l'une des œuvres les plus lues du patrimoine français. Les réalisateurs, qui ont travaillé main dans la main avec la fille de René Goscinny, Anne, ont pu exploiter les archives des artistes. Et recréer fidèlement le trait élégant de Jean-Jacques Sempé, qu'il a fallu adapter à l'écran, une gageure. *« Pour être fidèles à son univers, on est partis de ses dessins et on a fait des dossiers : les restaurants, les bars, les parcs, les arbres »*, pour constituer une base de données dans lesquels les dessinateurs puisaient, explique Amandine Fredon, l'autre réalisatrice. *« C'est très dur de faire du Sempé »*, reconnaît la cinéaste. Mais le pari est réussi : le film, désormais en forme d'adieu, permettra aux spectateurs de s'asseoir comme s'ils y étaient à la table où Jean-Jacques Sempé, crayon à la main, a créé ce petit garçon qui parlait tellement à l'enfant malheureux qu'il avait été.

réactions

La nouvelle de la disparition de Sempé a suscité de nombreuses réactions dans les sphères politiques, économiques, médiatiques et artistiques.

« La tendre ironie, la délicatesse de l'intelligence, le jazz : nous ne pourrons pas oublier Jean-Jacques Sempé. Son regard et son crayon vont cruellement nous manquer. Du Petit Nicolas en passant par Monsieur Lambert, jusqu'aux promeneurs de Saint-Germain-des-Prés, il avait l'élégance de toujours rester léger sans que rien ne lui échappe », a écrit le président Emmanuel Macron dans un message sur Instagram, accompagné du dernier dessin publié de l'artiste.

« Sempé n'est plus là, mais ses dessins resteront intemporels. Ils m'ont accompagnée à Beyrouth, à Paris, à New York », a tweeté la ministre française de la Culture, Rima Abdul Malak.

Quant à Joann Sfar, l'auteur du « Chat du rabbin », c'est en dessin qu'il a rendu hommage à l'un des maîtres du genre : « Sempé est mort. C'est la première fois que j'ai la certitude qu'un Dieu est au ciel », a-t-il écrit.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1991253600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

cherbourg.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **7199**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

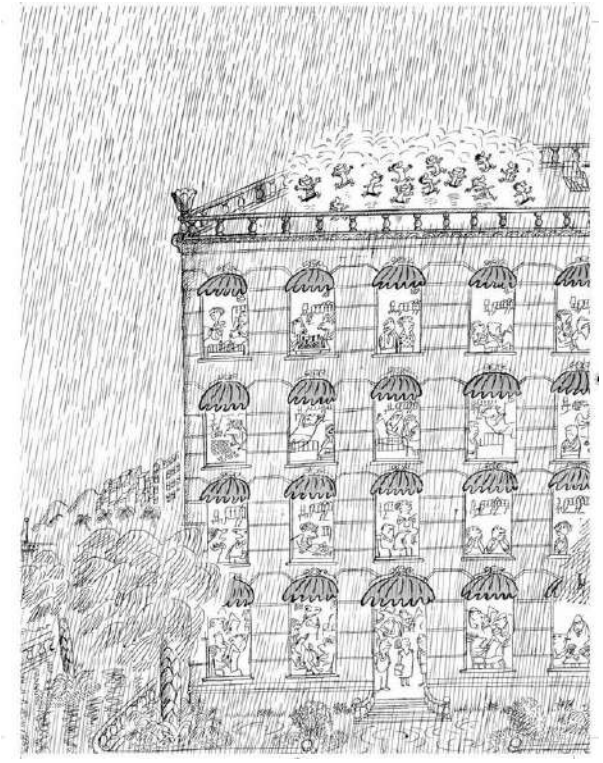
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816190

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816190

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

cholet.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **13133**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

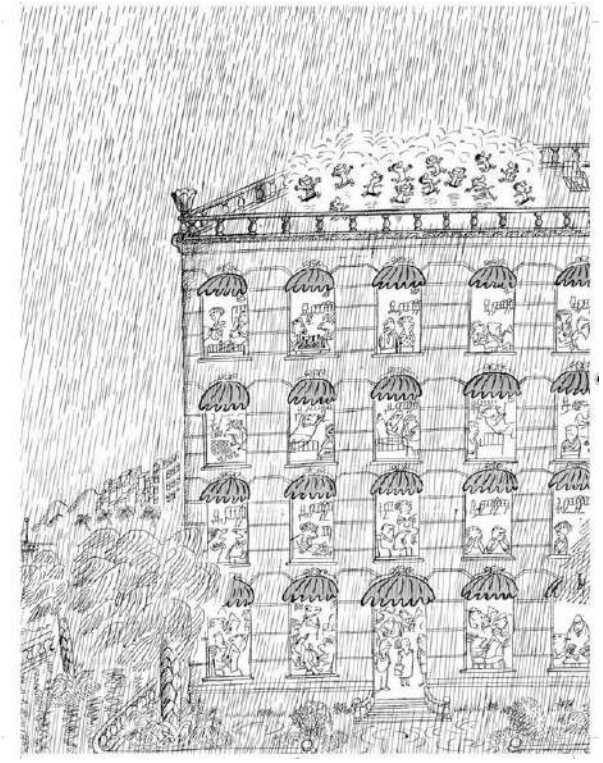
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816708

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816708

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

dunkerque.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **2981**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

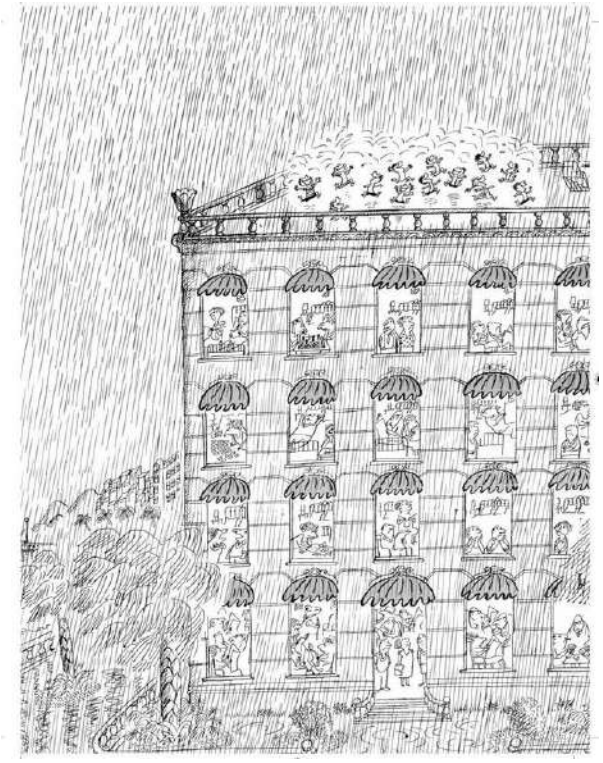
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816144

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816144

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

fougeres.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **6054**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

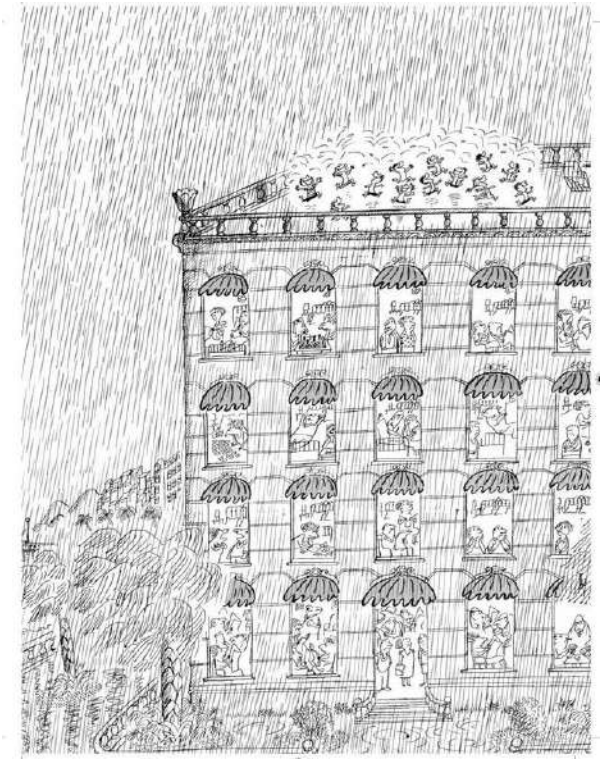
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816076

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816076

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

golfedesainttropez.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **10246**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

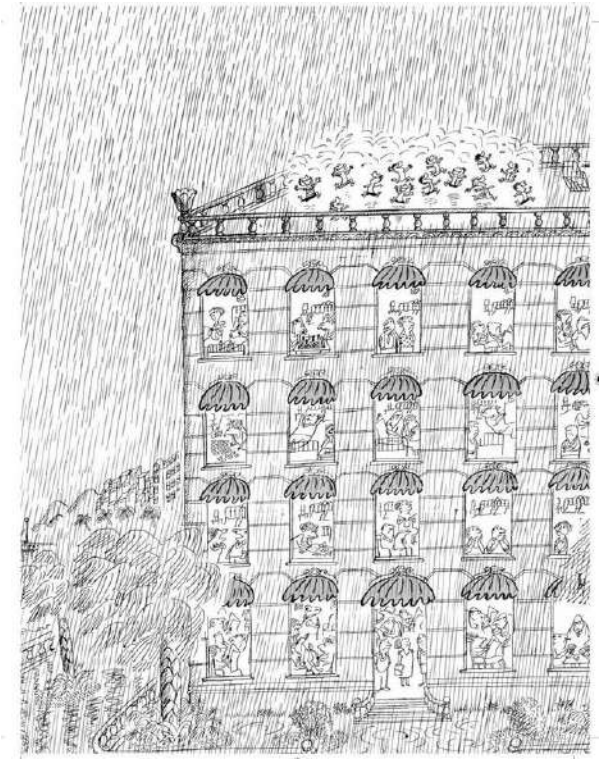
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365815999

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365815999

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

granville.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **6412**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

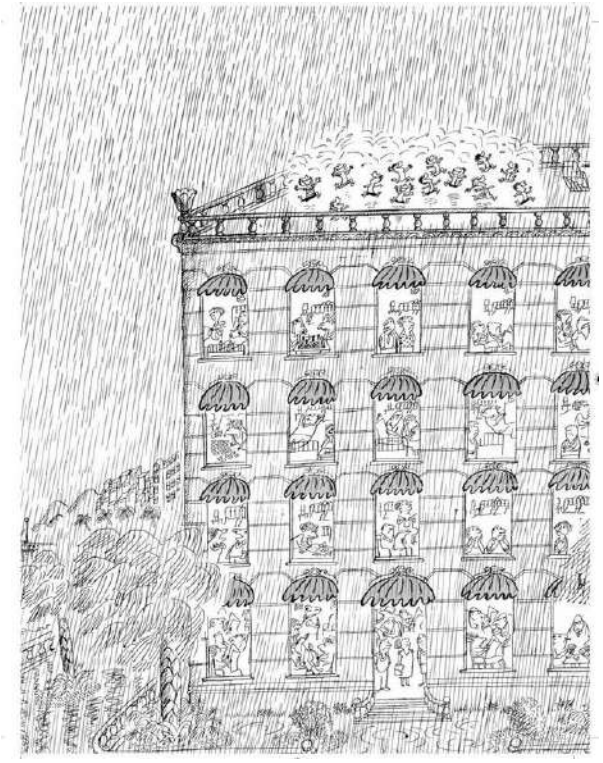
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816175

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816175

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

halluin.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **784**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

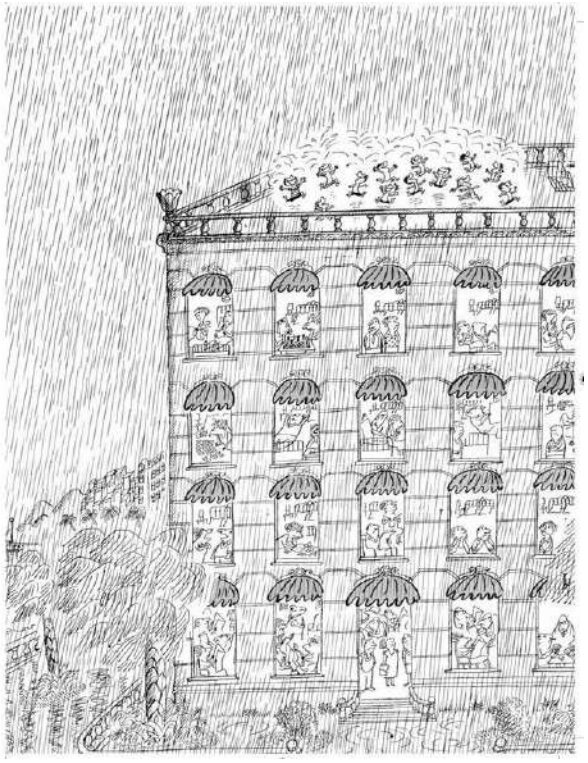
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816003

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816003

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

la Nouvelle République

Famille du média : **PQR/PQD**
(Quotidiens régionaux)
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **499000**
Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **13 aout 2022 P.40**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **798**

Le Petit Nicolas de Sempé : une histoire d'enfance volée

La disparition de Sempé a provoqué de nombreux hommages en France et à l'étranger. Un film revient sur la genèse de son petit personnage vedette.

C'est l'histoire d'un gamin battu, monté à Paris ses croquis sous le bras, et d'un exilé dont la famille a été meurtrie par l'antisémitisme : pour Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi, comme pour René Goscinny, créer le *Petit Nicolas* fut un moyen de panser les plaies d'une enfance cabossée. Hasard du calendrier, le processus créatif à l'origine du plus célèbre des petits écoliers, héros incontournable de la littérature jeunesse, et désormais doublement orphelin, est au cœur d'un film d'animation qui doit sortir le 12 octobre en salles.

Un petit garçon inspiré par des blessures intimes

Le Petit Nicolas, qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?, pour lequel les réalisateurs Amandine Fredon et Benjamin Massoubre avaient rencontré Sempé, a remporté en juin le Cristal d'or au Festival du film d'animation d'Annecy.

Loin de la France idéalisée des années 1950 retracée dans leurs ouvrages communs, il montre comment les deux hommes ont puisé l'inspiration dans leurs blessures intimes pour créer le petit garçon espiègle, meilleur copain de générations de lecteurs et vendu à 15 millions d'exemplaires.

Lorsqu'il rencontre Sempé dans le Paris des années 1950, Goscinny est un jeune homme qui a déjà roulé sa bosse : parti tout petit à la fin des années 1920 en Argentine avec ses parents alors que l'antisémitisme montait en Europe, il a ensuite bourlingué entre les États-Unis, où il rêve de travailler avec Walt Disney et rencontre notamment Morris le créateur de Lucky Luke, et la France. Sempé, lui, est un gamin issu d'une famille populaire de Bordeaux, battu par son beau-père et monté à Paris pour tenter sa chance. L'amour du dessin n'est donc pas la seule chose qui relie les deux jeunes hommes.

Après René Goscinny, le Petit Nicolas a perdu son deuxième papa, Jean-Jacques Sempé.

(Photo AFP)

La création du *Petit Nicolas*, *« c'est une histoire de résilience, de deux mecs qui se sont fait voler leur enfance, l'un par la Shoah et l'autre par un beau-père abusif, et qui vont créer cette enfance rêvée du Petit Nicolas »*, expliquait Benjamin Massoubre lors du Festival d'Annecy. L'occasion de montrer autrement ces deux personnalités complices, crayon à la main, tantôt à domicile, tantôt à la terrasse d'un café : Goscinny, très loin de son image de franchouillard en pantoufles, en globe-trotteur ; Sempé en amoureux du jazz et de la musique.

« C'est dur de faire du Sempé »

Les premiers croquis, le choix du prénom, presque au hasard, grâce à une publicité pour le caviste Nicolas... Le film retrace la genèse de ce qui deviendra l'une des œuvres les plus lues du patrimoine français. Les réalisateurs, qui ont travaillé main dans la main avec la fille de René Goscinny, Anne, ont pu exploiter les archives des artistes. Et recréer fidèlement le trait élégant de Jean-Jacques Sempé, qu'il a fallu adapter à l'écran, une gageure. *« Pour être fidèles à son univers, on est partis de ses dessins et on a fait des dossiers : les restaurants, les bars, les parcs, les arbres »*, pour constituer une base de données dans lesquels les dessinateurs puisaient, explique Amandine Fredon, l'autre réalisatrice. *« C'est très dur de faire du Sempé »*, reconnaît la cinéaste. Mais le pari est réussi : le film, désormais en forme d'adieu, permettra aux spectateurs de s'asseoir comme s'ils y étaient à la table où Jean-Jacques Sempé, crayon à la main, a créé ce petit garçon qui parlait tellement à l'enfant malheureux qu'il avait été.

réactions

La nouvelle de la disparition de Sempé a suscité de nombreuses réactions dans les sphères politiques, économiques, médiatiques et artistiques.

« La tendre ironie, la délicatesse de l'intelligence, le jazz : nous ne pourrons pas oublier Jean-Jacques Sempé. Son regard et son crayon vont cruellement nous manquer. Du Petit Nicolas en passant par Monsieur Lambert, jusqu'aux promeneurs de Saint-Germain-des-Prés, il avait l'élégance de toujours rester léger sans que rien ne lui échappe », a écrit le président Emmanuel Macron dans un message sur Instagram, accompagné du dernier dessin publié de l'artiste.

« Sempé n'est plus là, mais ses dessins resteront intemporels. Ils m'ont accompagnée à Beyrouth, à Paris, à New York », a tweeté la ministre française de la Culture, Rima Abdul Malak.

Quant à Joann Sfar, l'auteur du « Chat du rabbin », c'est en dessin qu'il a rendu hommage à l'un des maîtres du genre : « Sempé est mort. C'est la première fois que j'ai la certitude qu'un Dieu est au ciel », a-t-il écrit.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9891253600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

labaule.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **6380**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

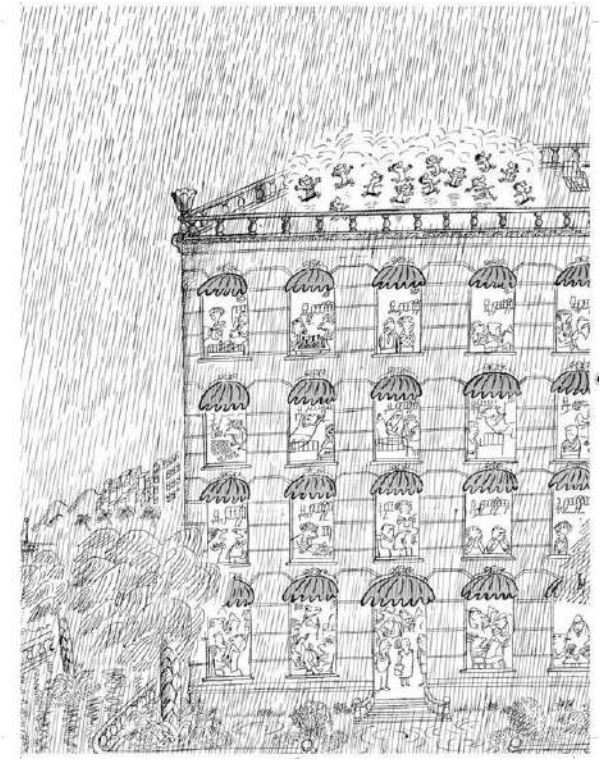
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365815980

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365815980

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

larochesuryon.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **167657**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

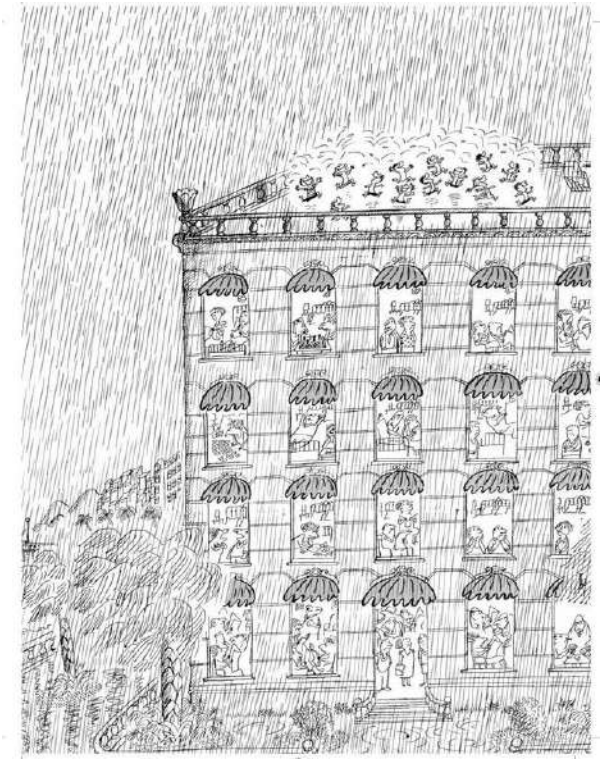
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816162

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816162

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

laval.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **25485**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

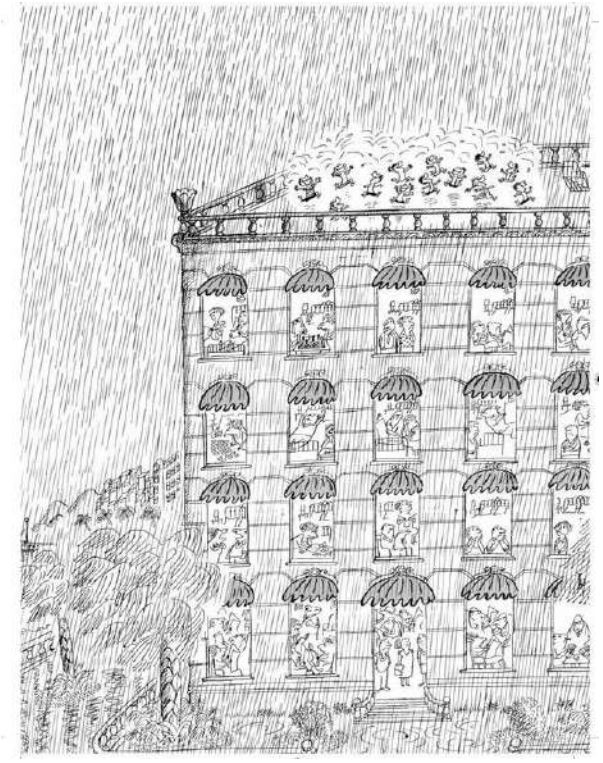
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816045

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816045

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LE FIGARO

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **1706000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **Du 13 au 14 aout 2022 P.28-33**

Journalistes : **OLIVIER DELCROIX ET AURÉLIA VERTALDI**

Nombre de mots : **2708**

CULTURE

Sempé Le dessinateur philosophe

DISPARITION Homme discret, le créateur du « Petit Nicolas » était un fin observateur de la société doté d'un humour bienveillant. Également dessinateur pour le « New Yorker », il a mené une carrière florissante des deux côtés de l'Atlantique. Il avait 89 ans.

PAR OLIVIER DELCROIX @Delcroixx
ET **AURÉLIA VERTALDI** avertaldi@lefigaro.fr

Voilà, Sempé n'est plus. Il ne décochera plus ses traits en forme de flèches d'Indiens qui nous touchaient souvent au cœur. La France pleure la mort du papa du Petit Nicolas. Il avait 89 ans. Ses traits étaient des vers, ses dessins écrivaient des poèmes. Comme le peintre des Années folles Foujita, qui disait vouloir *« arriver avec un seul point à représenter tout un univers »*, le rêve de Jean-Jacques Sempé, qui aura consisté à embrasser le monde tel qu'il va, en mêlant ses petits personnages si attendrissants à l'immensité des paysages qu'ils traversent, s'est brisé là.

Sempé peut se rassurer : il a réussi la mission qu'il s'était fixée. Lors de l'une de ses dernières sorties publiques à l'occasion du 60e anniversaire du Petit Nicolas, fin mars 2019, à la Fondation Louis Vuitton, Jean-Jacques Sempé avait pris un bain de foule avec une flopée d'enfants. Il était toujours vaillant – et souriant –, bien que ne quittant pas son fauteuil roulant. *« Vous voyez tous ces petits mômes qui cavalent partout*, avait-il dit en manière de confidence. *Eh bien, même à mon âge, je ne m'en sens pas si différent au fond ! »*

Doux rêveur, discret jusqu'à l'effacement, le dessinateur du *Petit Nicolas* a enchanté des millions de lecteurs grâce à son trait épuré et délicat, imprégnant les tracas du quotidien d'une douce légèreté. Auteur de plusieurs milliers de dessins et de plus de quarante albums, Sempé était le plus célèbre dessinateur d'humour français.

Quand on se rendait chez lui, dans son bel atelier niché au sixième étage

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

d'un immeuble haussmannien du quartier Montparnasse, on le découvrait souvent à sa table de dessin. Lorsqu'il levait la tête, il admirait les toits de Paris à travers la grande baie vitrée qui lui donnait toutes les nuances de lumières souhaitées. En regardant ses croquis, on se disait que cela paraissait si facile de dessiner pour lui. Ce qu'il contestait aussitôt : *« Non, c'est l'enfer. C'est très difficile. Il faut échapper à la vanité, à vos grands principes. C'est avant tout l'invention d'une écriture. »*

L'humour bienveillant de Sempé a passé les frontières pour saisir l'esprit de son temps dans les pages exigeantes du *New Yorker*, ayant réalisé plus d'une centaine de couvertures pour le magazine américain *(lire ci-contre)*. Une consécration pour le Bordelais, né le 17 août 1932, dans une famille modeste où les bagarres conjugales ont bercé son enfance. *« Toute ma vie d'enfant, j'ai entendu ma mère faire des reproches à mon père sur le fait qu'il ne trouvait pas de travail autre que le misérable boulot qu'il avait. C'était toujours des bagarres, toujours des disputes, toujours des dettes, toujours des déménagements en vitesse »*, confiait le dessinateur à Marc Lecarpentier, dans le livre d'entretiens *Enfances* (Denoël).

Au cœur de cette atmosphère familiale difficile, Sempé s'évadera par le rêve, la musique et, bien sûr, par le dessin. L'école constitue pour lui un lieu de gaieté et de chahut qui contraste avec l'ambiance morose de sa maison. Elle lui offre ses plus beaux souvenirs. Néanmoins, il est renvoyé pour indiscipline du Collège moderne de Bordeaux. À 14 ans, il se lance dans la vie active pour aider sa famille. Il trouve un emploi de livreur à bicyclette et devient courtier en vin, moniteur de colonies de vacances, tout en plaçant quelques dessins dans la presse locale. En 1951, *Sud Ouest Dimanche* publie ses premiers dessins, signés Dro. *« Je ne signais pas Sempé, j'avais peur… Je trouvais que mes dessins étaient trop mauvais »*, confiera l'humoriste, rarement satisfait de son travail.

Renvoyé de son emploi, désœuvré, son objectif consiste à rejoindre la Ville Lumière. Déguerpir sera le moteur d'une opiniâtreté sans failles. À 17 ans, le jeune adolescent falsifie ses papiers pour quitter le giron familial. Il devance l'appel, et fait son service au fort de Vincennes. Paris l'émerveille : *« Quand je suis arrivé à Paris, j'ai trouvé les Parisiens très gais. Je venais de Bordeaux où les gens n'étaient pas naturellement souriants. J'ai été tout de suite enchanté par le métro, les autobus, la fièvre de la ville. Et surtout j'ai fait beaucoup de vélo. Pendant trente ans, je suis allé partout à bicyclette »*, a confié le dessinateur dans *Sempé. Un peu de Paris et d'ailleurs*, le catalogue de l'exposition que lui a consacré la ville de Paris, en 2012.

Son copain Goscinny

Il fréquente les clubs de jazz, les brasseries de Saint-Germain-des-Prés, se lie d'amitié avec Jacques Tati, Jacques Prévert, Françoise Sagan… Il saisit la poésie d'un autobus à plateforme, la sérénité du jardin du Luxembourg, que l'artiste adorait, les courbes élégantes des immeubles haussmanniens ou l'agitation de la foule. Libéré de ses obligations militaires, Sempé vivote de ses dessins publiés dans les journaux de la capitale. Il collabore à de nombreux titres : *Ici Paris*, *France Dimanche*, *Samedi Soir*, *Noir et Blanc*, *Le Rire*, *Le Figaro* et, bien sûr, *Paris Match*, la plus longue : depuis 1956, il fait les beaux jours de l'hebdomadaire.

En 1954, par un bel après-midi de printemps parisien, (*« doux et frais »*, d'après les souvenirs précis de Sempé), le dessinateur fait une rencontre déterminante qui va changer sa vie. Ce *« chouette copain, son premier ami à Paris »* s'appelle René Goscinny. Le dessinateur est alors âgé de 22 ans, encore fraîchement débarqué de Bordeaux. Goscinny, son aîné de six ans, revient quant à lui d'Amérique. Le tandem Sempé-Goscinny, c'est un peu comme Lennon-McCartney, un génie à deux têtes. *« Nous nous sommes rencontrés dans le bureau de l'agence de presse World Press, qui avait ses bureaux sur les Champs-Élysées, et où Goscinny travaillait régulièrement, pour les Éditions Dupuis*, confiait Sempé au *Figaro* en 2017. *Il arrivait des États-Unis. Cela m'impressionnait énormément. C'était un peu comme un cosmonaute qui rentrerait de mission. »*

Sempé apporte ses dessins dans le bureau de Georges Troisfontaines, directeur de la revue belge *Le Moustique*. René Goscinny s'y trouve également. *« René Goscinny était impeccablement habillé, très poli aussi. En attendant Georges Troisfontaines, nous avons commencé à bavarder. Puis, en descendant les Champs-Élysées, René m'a demandé si j'aimais les oursins. Comme j'ai répondu que je ne savais même pas ce que c'était, il m'a invité à les découvrir dans une brasserie non loin de l'agence. Depuis, j'associe toujours ce goût si particulier à la mémoire de mon ami René. Voulant l'impressionner, je m'inquiétai de savoir s'il aimait la musique, car je pouvais "lui faire écouter deux disques". Sa réponse nous conduisit square des Batignolles, où je logeais dans une chambre de bonne. Je possédais effectivement deux 33-tours, une pièce de Ravel, orchestrée par les Concerts Colonne, et une "session" de jazz de Duke Ellington. J'ai appris depuis qu'il avait cru à une plaisanterie de ma part. Alors que c'était la stricte vérité ! Voilà comment nous sommes, instantanément, devenus copains. »*

À l'époque, l'agence qui emploie Sempé publie une couverture où l'on voit un gamin en train de se rouler dans la boue. Ce croquis remporte un franc succès. On demande à Sempé qu'il imagine les aventures de ce petit personnage, tout en le priant de lui donner un nom. *« Un jour, sur le flanc d'un autobus*, se souvient Sempé, *j'ai aperçu une réclame pour les vins Nicolas. J'ai proposé ce nom à mon employeur, qui trouva cela "formidable". Ce prénom était étrange pour un petit garçon. Après quoi, on voulut en faire une bande dessinée. À ce moment-là, j'ai demandé à René Goscinny si cela l'intéressait de travailler avec moi. Nous avons essayé. J'ai fait, je crois, 28 histoires en bande dessinée. Mais, rapidement, comme je détestais faire de la BD, nous avons mis fin à cette collaboration en quittant l'agence de la World Press. »*

Une trentaine de recueils

Comme Sempé continue à publier des dessins dans *Sud Ouest*, il propose à René Goscinny : *« Tu sais, ce qui serait bien, c'est que tu écrives des contes sur le Petit Nicolas, et je les illustrerai. »* La légende est en marche. Le rédacteur en chef de *Sud Ouest* publie la première

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4891253600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

histoire du Petit Nicolas, en 1959. Les lecteurs sont ravis. Les Éditions Denoël font paraître cinq recueils de ses aventures, jusqu'en 1965. Dans le fond, le Petit Nicolas possède cette vigueur enfantine et en même temps cette fragilité, cette émotion, qui en font un archétype si puissant de l'enfance. En 1962, les mêmes éditions publient son premier album de dessins humoristiques, *Rien n'est simple*, le premier d'une longue série. Une trentaine de recueils vont suivre au fil des décennies. Sempé, dessinateur de plus en plus reconnu, multiplie alors les expositions de ses œuvres, ainsi que de nombreuses collaborations dans la presse en France et à l'étranger.

Dans la foulée, son éditeur Alex Grall lui fait découvrir New York. Nous sommes en 1965, Sempé arpente la ville pendant quinze jours. New York, il la dessinera en portant un regard gentiment moqueur sur la foule qui se débat dans l'immensité d'une ville. Ses personnages sont minuscules, mais Sempé ne les regarde jamais de haut. Il dessine aussi son gigantisme, l'énergie de sa population composite, ses artistes. Et toujours, il les croque avec justesse, avec délicatesse, avec toute l'acuité du regard qui perce à jour les arcanes de l'âme humaine.

Un immeuble, cependant, attire son attention, celui du *New Yorker*, l'exigeant magazine qui, depuis 1925, célèbre le dessin d'humour. Impressionné, il passe plusieurs fois devant sans oser y pénétrer. Depuis que son ami Chaval lui en a parlé, qu'il a feuilleté le journal à l'ambassade des États-Unis à Bordeaux, sans oublier la recommandation de son ami Goscinny, Sempé ambitionne d'intégrer la famille des dessinateurs du *New Yorker*. Le rêve se réalise en 1978. Le 14 août, le *New Yorker* fait sa couverture en publiant le dessin d'un homme au corps d'oiseau qui hésite à prendre son envol, sur le rebord d'une fenêtre. La première de plus d'une centaine de couvertures.

Tour à tour gaies et mélancoliques, en couleur et sans légende, ces illustrations issues directement de son imagination dévoilent une autre facette de son immense talent. Celui de réaliser une image qui, à elle seule, raconte une histoire, rend évidente la poésie du quotidien et invite le lecteur à l'introspection. Le succès de sa collaboration avec le *New Yorker* représente une apothéose comparable au succès de l'année 1962, lorsqu'il publie son premier album de dessins humoristiques.

Celui qui a fait de l'humour une bénédiction a réussi l'exploit de mener une carrière aussi florissante en France qu'aux États-Unis : *« L'humour est une façon de considérer le monde et de dire sans dire. Une forme d'impuissance, comme si on ne pouvait pas faire autrement, que l'on n'avait que cela pour se défendre »*, déclarait le créateur du *Petit Nicolas* au *Figaro*, en 2017.

Souvent Sempé donnait ses rendez-vous au bar de l'hôtel Lutetia. Au milieu d'une foule nourrie, l'œil aux aguets, il aimait observer cette « comédie humaine » des clients insouciants bien assis dans les confortables fauteuils clubs en sirotant un Americano. *« Parfois, sur un gag, on est obligé d'appuyer ses effets,* racontait-il. *Je trouve ça un peu vulgaire, mais c'est une des servitudes du dessin d'humour. Évidemment, je m'y soumets. Mais je souffre énormément ! »* Il était comme ça, Sempé. Discret jusqu'à l'effacement. Attentif jusqu'à la rêverie. Silencieux jusqu'à l'élégance. Un gentil gentleman un peu perdu dans le monde bruyant de la capitale. Les foules mouvantes qu'il dessinait laissent toujours apparaître un personnage solitaire.

Dans ses dernières illustrations, il montrait également des gens marchant dans la rue, le téléphone portable collé à l'oreille. Même s'il se défendait bec et ongles d'être un tant soit peu sociologue, ses illustrations incomparables soulignaient les travers de l'époque. *« Je me suis aperçu que le portable a tout changé dans les rues,* remarquait-il doucement. *Les gens n'ont plus la même façon de marcher, ils n'ont plus le même air. Il y a moins de flâneurs. À la réflexion, tout cela a quelque chose de drôle et parfois même de touchant. »*

Parfois les confidences du dessinateur se faisaient plus mordantes. Il ne rechignait pas à épingler certains ridicules, quitte à se montrer assez féroce avec ces contemporains, qualifiant Picasso *« d'imbécile complet »*. *« Quand il déclare : "Je suis allé au communisme comme à une source d'eau fraîche." Non mais quel connard !,* déclarait-il dans nos colonnes, en 2017. *Bien sûr que l'eau était fraîche, elle venait de Sibérie où l'on tuait un bon millier de pauvres gens par jour. De telles bêtises, c'est accablant. De la même manière, Jean-Paul Sartre, qui avait déclaré en rentrant confortablement de Russie, où il avait été très bien accueilli : "Tout anticommuniste est un chien". Ce type dirige la pensée française de l'époque. C'est quand même impensable... »* Pourtant Sempé ne fera jamais étalage de ses opinions dans ses dessins. Pour lui, *« l'humour n'a jamais été fait pour attaquer »*.

Créateur de Marcellin Caillou, de Raoul Taburin (adapté au cinéma en 2018 par Pierre Godeau, avec Benoît Poelvoorde dans le rôle-titre), ou encore de Monsieur Lambert, Sempé aura allié toute sa vie son talent d'observateur à un formidable sens du dérisoire. Outre ses propres albums, il a illustré *Catherine Certitude*, de Patrick Modiano, ou *L'Histoire de Monsieur Sommer*, de Patrick Süskind.

Un éternel inquiet

Les honneurs viendront rassurer cet éternel inquiet, toujours insatisfait de sa production. En 2006, il est fait commandeur des Arts et des Lettres. En 2014, la Monnaie de Paris met en vente des pièces imaginées par l'artiste. Avec un vélo en tandem pour symboliser l'égalité, un cycliste qui lâche les mains du guidon pour la liberté et une sortie en groupe pour la fraternité. En novembre 2019, l'Atelier Grognard, cette ancienne fabrique de Rueil-Malmaison transformée en lieu culturel, lui aura également consacré une rétrospective. Loin du tumulte de l'actualité, près de 300 dessins originaux exaltaient toujours cette poésie du quotidien, nos travers pointés avec bienveillance, nos fragilités.

Finalement, Sempé restera sans doute l'un des dessinateurs humoristiques les plus discrets de la profes-

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4891253600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

sion. Pour tout dire, une énigme, un personnage rétif à la moindre introspection. Dans l'intimité, il avait l'habitude de comparer les journalistes qui faisaient son portrait à des « *chenapans qui auraient voulu savoir comment fonctionne le réveille-matin de grand-papa. Ne sachant pas comment tournent les aiguilles, ils se saisissent d'un marteau et cassent l'appareil. Une fois leur curiosité satisfaite, ils laissent tout en plan. Moi, je ne me sens pas l'âme d'un réveille-matin !* » Alors Sempé aura passé son existence sur la réserve, ne disant rien ou presque.

Tout ce qu'il pensait, il le dessinait, album après album. Il aura ainsi dressé un portrait sans concession de notre société française sur sept décennies. Mais toujours avec élégance, poésie et un graphisme qui tendait vers l'épure. La devise préférée de Sempé était « *L'homme est un animal inconsolable et gai* ». Essayons de prendre la triste nouvelle de sa mort avec le sourire, même si elle nous laisse inconsolables. ■

CHRONO

17 août 1932 Naissance de Jean-Jacques Sempé à Pessac, près de Bordeaux.

1951 Le journal *Sud Ouest* publie ses premiers dessins.

1954 Rencontre René Goscinny.

1959 La première histoire du Petit Nicolas paraît dans *Sud Ouest*.

1962 Premier album de dessins humoristiques, *Rien n'est simple*.

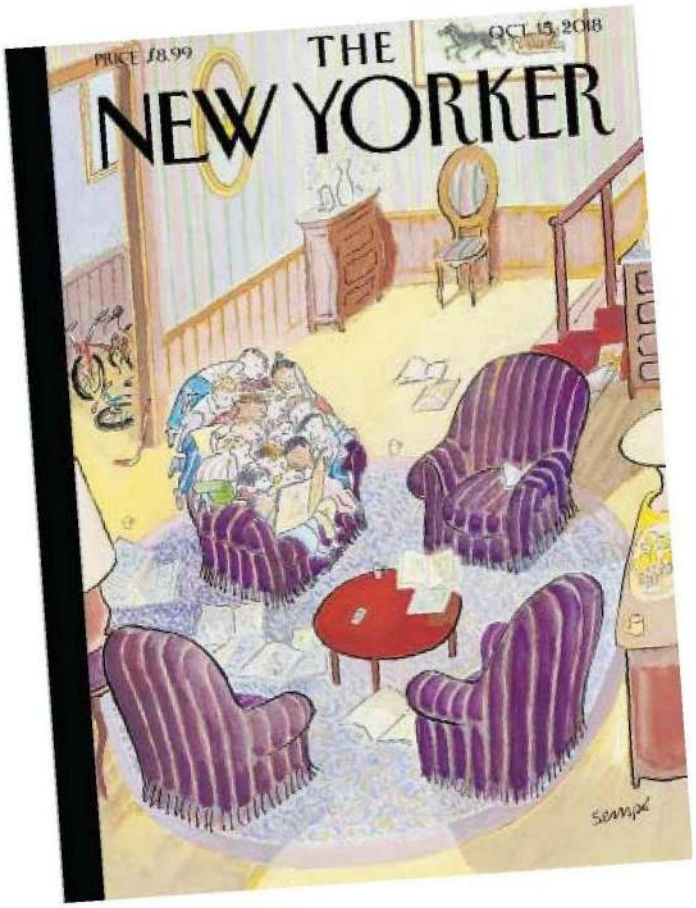
1978 Première couverture du *New Yorker*. Il en fera plus d'une centaine.

2006 Sempé est fait commandeur des Arts et des Lettres.

2014 La Monnaie de Paris met en vente des pièces imaginées par Sempé.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4891253600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



La dernière couverture dessinée par Sempé pour *The New Yorker* du 15 octobre 2018. *Ci-dessous*, le personnage du Petit Nicolas créé en 1959.
SEMPÉ/THE NEW YORKER
IMAV EDITIONS/GOSCINNY-SEMPÉ

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sempé, dans son atelier parisien, en 2017.
JEAN-CHRISTOPHE MARMARA/LE FIGARO

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4891253600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

lemans.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **107660**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

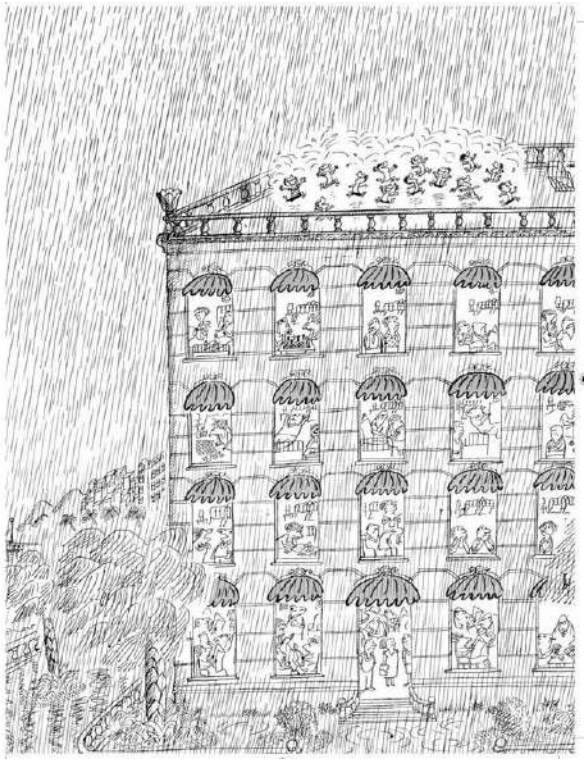
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816238

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816238

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

lens.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **3747**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

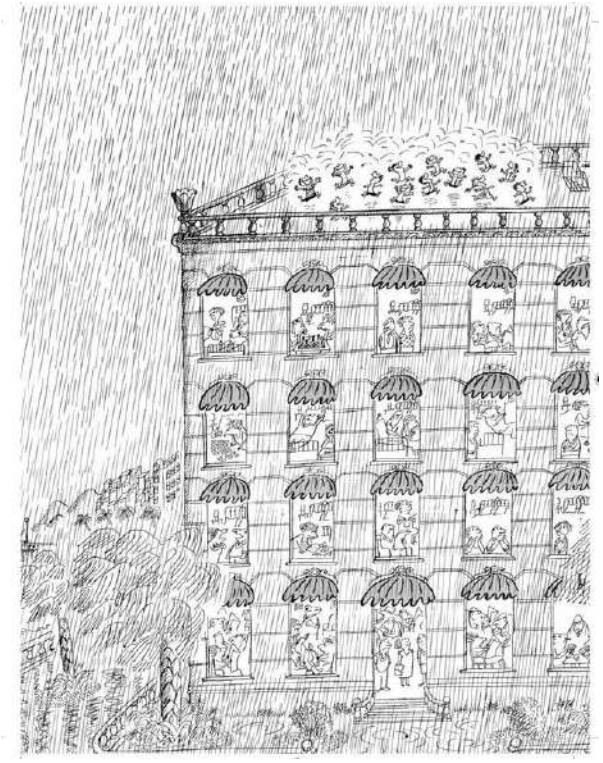
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816143

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816143

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

letouquet.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **2007**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

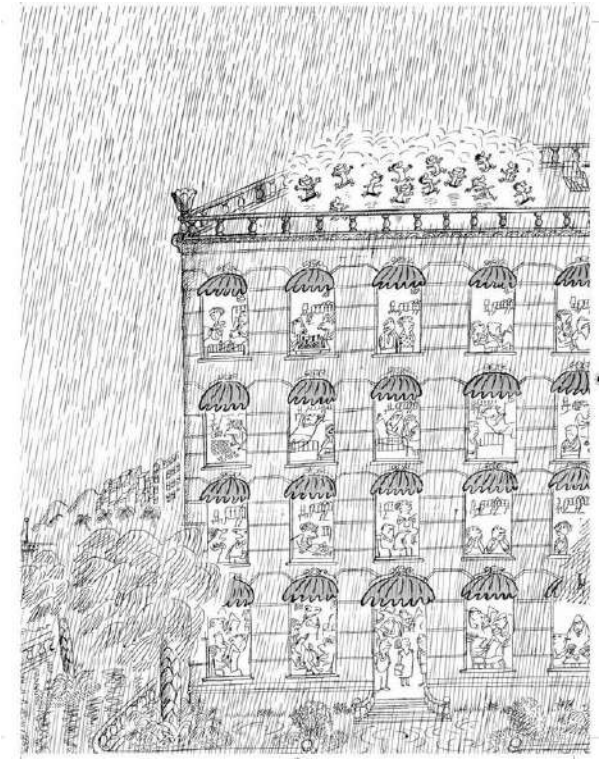
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816164

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816164

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **PQN**
(Quotidiens nationaux)
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **954000**
Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **13 aout 2022 P.9-17**
Journalistes : **MARIUS CHAPUIS**
Nombre de mots : **2469**

ÉVÉNEMENT

Sempé Traits très sensibles

Père du «Petit Nicolas», illustrateur de génie devenu trésor national, croquant l'air du temps avec délicatesse et simplicité, le dessinateur minutieux des petits riens et du décalage est mort jeudi à 89 ans.

Par
MARIUS CHAPUIS

Sempé, c'est une signature. Soixante ans de dessins et un prénom qui surgit immédiatement sans être le sien : Nicolas. Le Petit Nicolas. Créature aussi populaire qu'imperméable au temps, parce que démodée dès sa venue au monde. Mais Jean-Jacques Sempé était plus que ça. Illustrateur génial, il ne jurait que par le dessin humoristique. Le sien est simple et intense, fragile et robuste. Un rire qui jamais ne se moque et s'est promené des pages du dimanche de la presse régionale aux couvertures du *New Yorker (lire ci-contre)*. Jean-Jacques Sempé est mort jeudi, à quelques jours de ses 90 ans. Sempé avait 20 ans lorsqu'un magazine belge lui avait demandé de créer un personnage récurrent. Echappé de Bordeaux quelque temps plus tôt, il arrondissait alors à Paris sa solde de soldat en plaçant quelques dessins dans la presse. Au *Moustique* qui le sollicite, il propose donc les aventures d'un petit garçon dont le prénom a surgi dans son esprit parce qu'il venait de voir une publicité pour les vins Nicolas. Le directeur de publication est enthousiaste, lui en demande plus, et réclame une bande dessinée. Or Sempé déteste la BD et son langage codifié : *«J'ai horreur des petits carrés et des grosses lettres, des "boom"…»* racontera-t-il bien des années plus tard à France Culture. René Goscinny, qu'il a croisé dans les bureaux de l'agence World Press, lui dit d'y aller quand même. Il se résigne à accepter, à condition que Goscinny lui signe des histoires (sous le pseudo d'Agostini). La publication débute donc sous forme de BD à l'au-

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

tomne 1955. Avant d'être interrompue, victime collatérale du combat de Goscinny qui se bat pour que le statut des scénaristes et dessinateurs soit revalorisé. Il est foutu à la porte, Sempé se tire aussi. *Le Petit Nicolas* rebondira quelques mois plus tard dans les pages de *Sud-Ouest*, mais sous la forme hybride qu'on connaît aujourd'hui : des dessins accompagnés de textes au long. Si Goscinny écrit, c'est Sempé qui dicte les souvenirs. Le football, les colonies de vacances, l'agitation turbulente des cours de récré. Le garnement et ses amis aux prénoms d'un autre âge (Alceste, Clotaire…) en appellent à une nostalgie universelle et fantasmée de la jeunesse. *«Comme tout le monde, je porte toujours un regard attendri sur l'enfance,* dit l'adulte Sempé. *Même si, en y repensant, il n'y avait pas trop de quoi.»*

HEUREUX VACARME

Né en 1932 à Pessac, près de Bordeaux, Jean-Jacques Sempé est enfant unique. Et triste. Il s'évade, raconte-t-il plus tard, en écoutant la radio à longueur de journée, histoire de couvrir le bruit de parents qui se déchirent en permanence. Le père boit. La mère est brutale – *«Il y avait une expression de ma mère qui disait : "Approche un peu, approche que je te donne une gifle et le mur t'en donnera une autre."»* Son premier amour se fixe sur la musique et ne l'abandonnera jamais. Chef d'orchestre, big band ou répétition, les motifs reviendront toute sa vie au travers du dessin. Sans rien connaître aux instruments, le petit Sempé s'imagine dans l'orchestre de Duke Ellington. Au piano. Il s'éprend de Ravel, Debussy, Stravinsky et Bach. *«Mais pas cette infâme musique pop…»* La cour d'école qu'il peindra comme un idéal est **Suite page 4**

Suite de la page 2 alors pour lui une source de joie, d'un heureux vacarme quand celui de la maison est d'autant plus embarrassant que tout le quartier en est témoin. C'est vers 12 ans qu'il trouve dans le dessin une autre ligne de flottaison, un espace de respiration et de gaieté. Il dessinera des gens heureux, se dit-il. A 14 piges, Sempé quitte l'école et commence à travailler. Autre époque. Livreur à bicyclette, représentant en dentifrice… Et puis il s'engage dans l'armée, qui offre un moyen de couper avec Bordeaux – dont il gardera l'image d'une ville lugubre. Dans la presse parisienne des années 50, il parvient à placer ses premiers dessins en se faisant passer pour un étudiant des Beaux-Arts. Le jeune homme se cherche un pseudo et se fixe, fier de lui, sur Drô, inspiré de l'anglais *to draw* (dessiner). Il l'abandonnera vite.

Rapidement éditées en livres, *les Aventures du Petit Nicolas* lui apportent une première reconnaissance. Suffisamment pour qu'il obtienne de son éditeur Denoël qu'il publie également des recueils de ses dessins humoristiques. Le premier, *Rien n'est simple*, paraît en 1962. Les années De Gaulle vues à hauteur de pavé. Un petit monsieur en imper, très sérieux, très grave, très professionnel, s'offre un sourire en allant se faire ratatiner, étirer, ridiculiser par une foire de miroirs déformants. Partout les visages autoritaires et ridicules des puissants : la maréchaussée qui s'époumone en hurlant sur les automobilistes

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0891253600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Jean-Jacques Sempé, en 2011 à Paris. PHOTO FRÉDÉRIC STUCIN. MYOP

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0891253600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

(mais un cri proportionné à la taille du véhicule) ; un duel entre un petit employé qui s'efface dans son siège et un grand et gras patron affalé derrière son bureau sur lequel deux panneaux résument tout : d'un côté *«soyez bref»*, de l'autre *«sois calme»*. Parfois, un dessin suffit pour tout résumer. Parfois il en faut plusieurs.

A voir le séquençage parfait du mouvement dans cette scène d'un employé de bureau lancé à pleine bourre pour attraper son bus, on se dit que les auteurs sont parfois les plus mauvais juges de leur travail. Sempé n'aime pas la bande dessinée, ne s'y intéresse pas. *«La bande dessinée, je ne la connais pas, je ne me tiens pas du tout au courant de ce qui s'y fait. Je crois qu'il s'agit d'une discipline très éloignée de la mienne,* lâche-t-il dans un entretien aride aux *Cahiers de la BD* en 1987. *Je cherche à condenser, alors que la bande dessinée allonge et joue sur la durée.»* Pourtant, il faudrait être aveugle pour ne pas noter que Sempé fait parfois – souvent – de la bande dessinée et que ce n'est pas grave. Que s'il ne les enserre pas dans des cases, ses planches sont sérielles, travaillent l'ellipse, le rythme et font récit tout en culminant vers une chute. Mais Sempé s'acharnera à répéter que non, ce n'est pas ce qu'il fait, comme si les petits textes installés au pied des planches de *Monsieur Lambert* suffisaient à faire oublier les bulles au-dessus – et ses talents de dialoguiste.

Ce premier recueil est vite suivi par d'autres, aux titres en forme de lieux communs dépressifs : *Tout se complique, Sauve qui peut*... Les collaborations avec la presse se multiplient au fil des ans. D'abord *Ici Paris* et *France Dimanche*, puis *Paris Match* et *l'Express* où il chronique *«la vie moderne»* de 1965 à 1975. Des personnages qui vivent d'un trait, d'une ligne ondulante, et s'illuminent au travers d'un petit détail. Tandis que le dessin s'affine, gagne une légèreté presque jetée, les planches se densifient, gagnent en détails, en petits riens qui captent la vie parisienne, tant et si bien que son dessin humoristique invite le lecteur à chercher le gag, à trouver le déraillement. Cette minutie avec laquelle il capte les badauds dans leur routine – attablés à une terrasse de café, lancés dans une course endiablée pour se jeter dans une bouche de métro – n'est pas pour autant une forme de soumission à l'ère du temps. Sempé dessine au présent mais attrape quelque chose de plus grand, d'atemporel. Une vacuité commune. Une douceur et une absurdité, aussi, qui rapproche son langage du cinéma de Jacques Tati. S'il se moque des sinistres olibrius en costards, les financiers, les constructeurs de blocs d'habitation en béton, les n+1, c'est en leur prêtant aussi parfois des mots poétiques. Façon de souligner le ridicule de leur posture, leur propre faiblesse.

TRAVAILLER L'ESPACE VIDE

Sempé sait attraper les choses avec un angle différent, un décalage de trois fois rien (regarder un second plan à la lumière d'un premier plan qui ne colle pas) qui laisse entrer une forme de poésie dans son humour. Ainsi en regardant des violonistes à travers une fenêtre ouverte, Sempé orchestre la scène de manière que les musiciens semblent jouer pour égayer le quotidien d'oiseaux qui nichent au premier plan. Cet art du décalage s'exprime aussi dans l'écart entre le côté sentencieux des maximes de certains personnages et la petitesse avec laquelle ils habitent la page, au point de ressembler à de ridicules petites choses perdues dans l'immensité de la ville. Il faudrait souligner aussi combien Sempé savait enlacer le blanc, laisser la feuille en réserve pour travailler l'espace vide. Une manière de construire autour du déséquilibre graphique qui témoigne une façon de penser le monde : *«C'est très important pour moi, ce sentiment que les êtres humains sont quand même assez petits par rapport à tout ce qui les entoure.»* Dans un petit carré laissé blanc et vacant entre de monumentales barres d'immeubles qui n'en finissent plus de pousser les unes sur les autres, faisant oublier jusqu'au souvenir de ce qu'est une ligne d'horizon, un minuscule architecte fait rêver les investisseurs : *«L'important sera de créer un climat érotique.»* Sempé sait mieux que personne utiliser la saturation, la répétition, le décadrage pour figurer l'aliénation de l'homme moderne : sa vie robotique métro-boulot-dodo, sa façon de se sentir vide malgré des étagères qui débordent d'objets.

A ces torrents d'encre, s'ajoute le travail de la couleur – l'aquarelle, la gouache. Qui pointe, souligne le gag. Ou se contente de l'embellir. Au raffut de la ville et de ses foules, à ce petit monsieur tout-le-monde nommé Lambert

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0891253600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

qui échange avec ses collègues de bureau sur le foot, la politique ou le nouveau parking qui va sortir de terre, s'ajoute tout un univers de splendides scènes de campagne où les hautes herbes se lèvent et se couchent au gré de la respiration d'Eole. Dans *Simple Question d'équilibre*, parfait ouvrage absorbé par le motif de la bicyclette, tout est affaire de nez au vent, de grand air et de bourrasques qui s'engouffrent dans un foulard noué autour du cou. Une délicatesse rare, dont Nylso est aujourd'hui l'héritier le plus évident quand Catherine Meurisse *(lire page 6)* capte davantage son côté citadin.

Dans les années 70, Sempé donne une interview à une journaliste du *New Yorker* qui repart avec un de ses livres sous le bras. A l'été 1978, le magazine américain lui commande une première couverture : le dessin d'un homme d'affaires à corps de corbeau qui regarde la ville de haut, depuis le rebord d'une fenêtre, et hésite un instant avant de prendre son envol. *«J'étais fier comme un pou. Je rentrais dans la famille traditionnelle des grands dessinateurs d'humour à New York. Enfin, je ne rentrais pas… ils m'invitaient gentiment.»* C'est le début d'une longue et fructueuse collaboration, le Français signant plus d'une centaine de couvertures pour l'emblématique magazine (réunies dans *Sempé à New York* chez Denoël). Ce dont il tire une immense fierté, au point d'expliquer qu'au *New Yorker* il a trouvé sa *«famille»* de dessin. Dont la figure tutélaire serait Saul Steinberg, qui fut pour lui à la fois une influence incontournable et un repoussoir tant Sempé dit avoir lutté pour se construire sans imiter Steinberg. A ceux qui lui passent de la pommade, qui lui disent qu'il est un génie, Sempé répond qu'une telle chose n'existe pas, que seul existe le travail. *«Il faut s'installer à sa table à dessin. On reste la journée jusqu'à ce qu'on ait trouvé une idée. Si on n'a pas trouvé d'idée à la fin de la journée, on recommence le lendemain. Au bout de quinze jours, on n'a rien trouvé ? Il faut continuer. Un jour, obligatoirement ça viendra. C'est très pénible, extrêmement pénible, parce que contrairement à ce qu'on croit, ce n'est pas du tout dû à l'observation mais uniquement à l'imagination.»*

«NEUF FOIS SUR DIX, JE MENS»

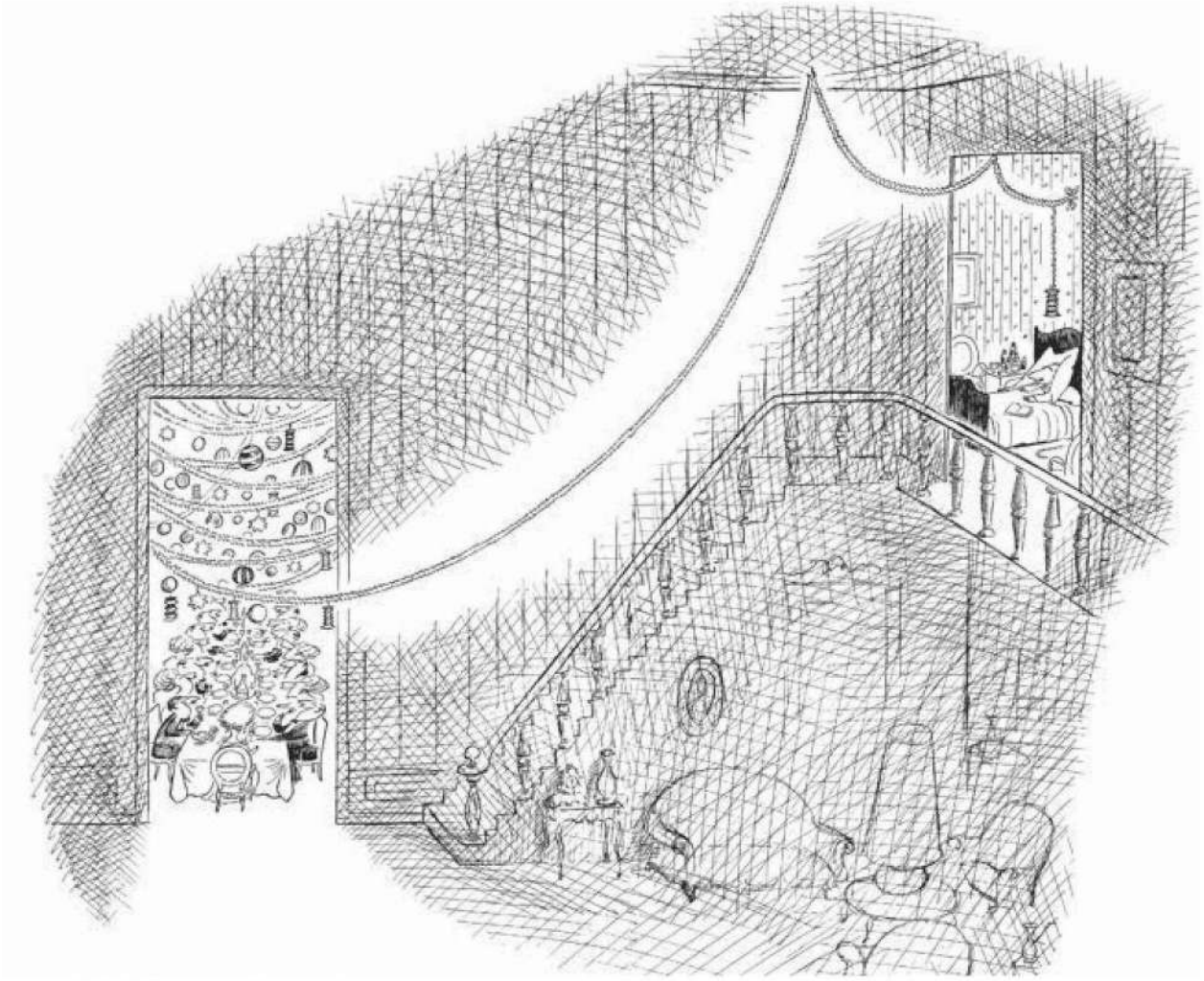
Tandis qu'il gagne une stature internationale, Sempé s'éloigne de la presse française. Moins dépendante des dessinateurs qu'autrefois, elle est surtout avide de trait satirique quand lui s'accroche à son dessin «humoristique», refusant la réaction à chaud, la caricature, le commentaire immédiat. *«Je ne sais pas faire de dessin d'actualité, et plus spécialement encore de l'actualité politique. Les ambiances m'inspirent davantage que les faits.»* Et dans les faits, il est bien difficile de trouver un successeur contemporain au dessin de presse tel qu'il a pu être pratiqué par Chaval ou Sempé. Qu'importe. Avec le temps, Sempé est devenu un trésor national, célébré par tous, de *Valeurs actuelles* à *Elle*. La France des *Choristes*, en mal d'images d'Epinal, s'est jetée sur l'adaptation sans génie de son *Petit Nicolas* au cinéma. Le personnage qui n'avait jamais été transformé en doudou marketing s'est retrouvé sur des trousses, des cartables, en série télé 3D à l'esthétique abominable. Avant que ça ne soit le tour du personnage de Raoul Taburin de finir en long métrage. On en oublierait presque, dans ce concert de louanges pour le bon monsieur Sempé, qu'il s'est fait flasher par la patrouille en 2018, son nom apparaissant dans les «Panama Papers» derrière une cascade de sociétés prête-noms. Dans les colonnes du *Monde*, son agente et galeriste Martine Gossieaux assure que l'auteur *«avait oublié l'existence de ces comptes»* mais que tout était en ordre. Diminué par un accident de ski en 2007 puis un AVC, Sempé s'était fait plus rare. Dans un documentaire qui lui est consacré, il fait part de ses regrets, ses tristesses, ses angoisses. *«Je suis affolé dès qu'on me pose une question. J'ai peur de me tromper, j'ai peur de ne pas dire la vérité et il est certain que, neuf fois sur dix, je mens. Parce qu'il y a des choses que je n'ai pas envie de dire. Mais j'ai envie de satisfaire l'intervieweur, c'est son boulot, alors je réponds des choses qui se contredisent au fil des années. Moi-même, je ne m'y retrouve pas toujours.»* En 2017, à *Libération* qu'il reçoit dans son appartement-atelier, l'homme aux yeux bleu gris pleins de douceur dit pourtant une vérité simple : *«Quand on parle pour faire l'intelligent, il est rare qu'on réussisse.»* ◆

Sempé sait attraper les choses avec un angle différent, un décalage

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0891253600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

de trois fois rien (regarder un second plan à la lumière d'un premier plan qui ne colle pas) qui laisse entrer une forme de poésie dans son humour.

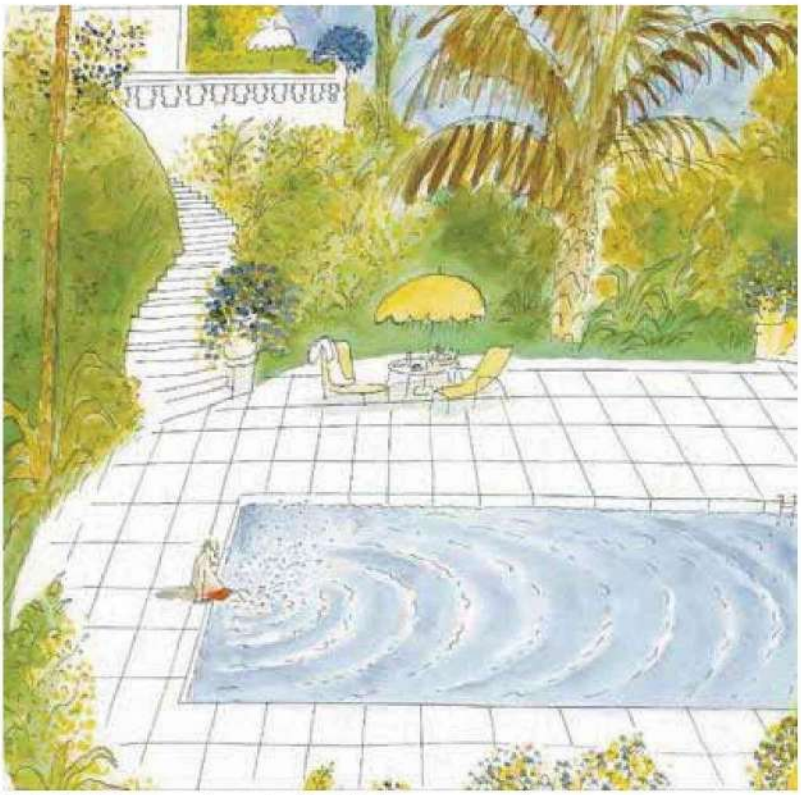


Extrait de l'album *Quelques amis.* ÉDITIONS DENOËL

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0891253600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Deux extraits de *Quelques enfants* et un extrait de *Quelques philosophes*. ÉDITIONS DENOËL



Extrait de *Luxe, calme et volupté*. ÉDITIONS DENOËL

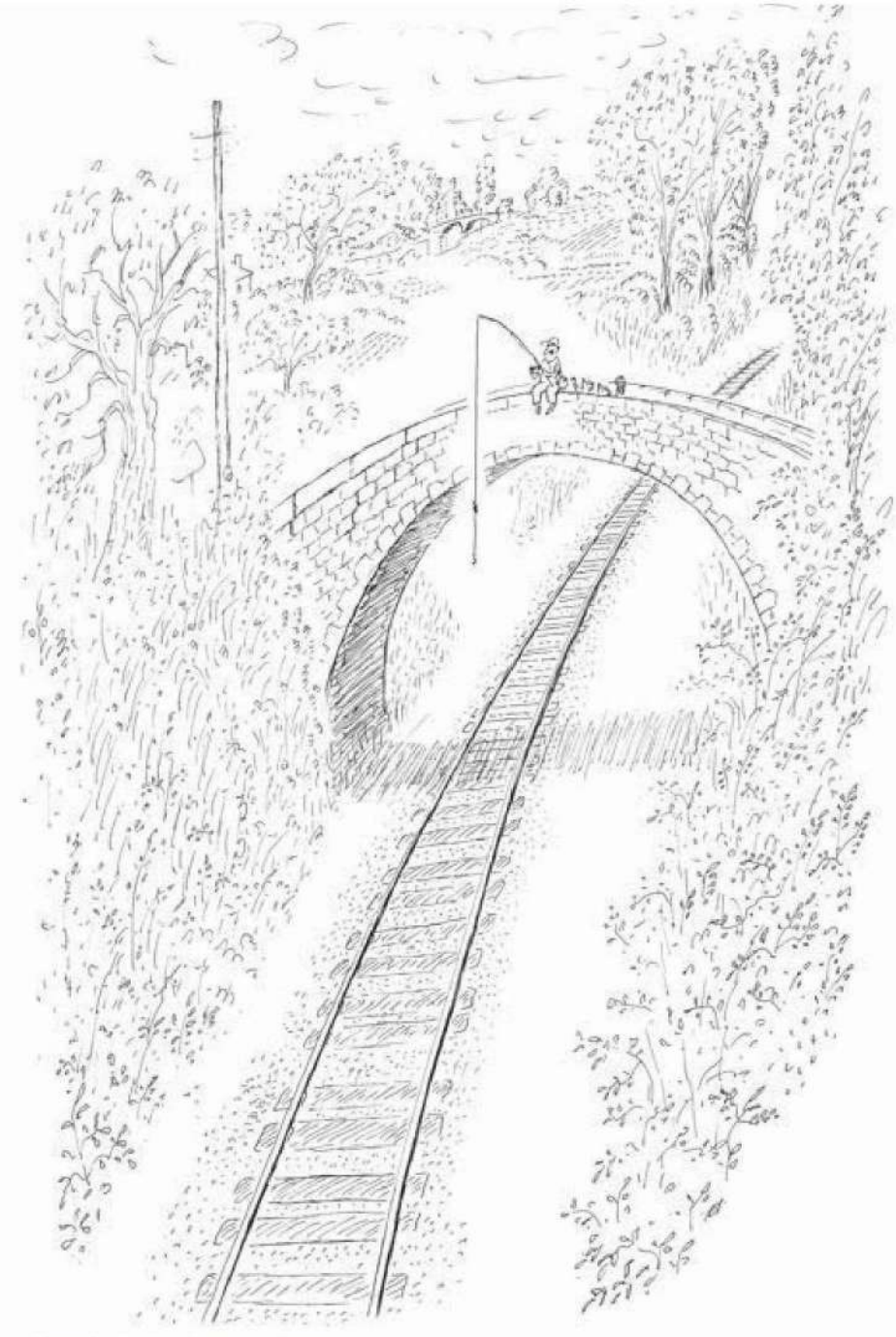
239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0891253600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Extrait de *Garder le cap*. ÉDITIONS DENOËL

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0891253600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



Extrait de *Quelques enfants*. ÉDITIONS DENOËL

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0891253600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

lille.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **1793**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

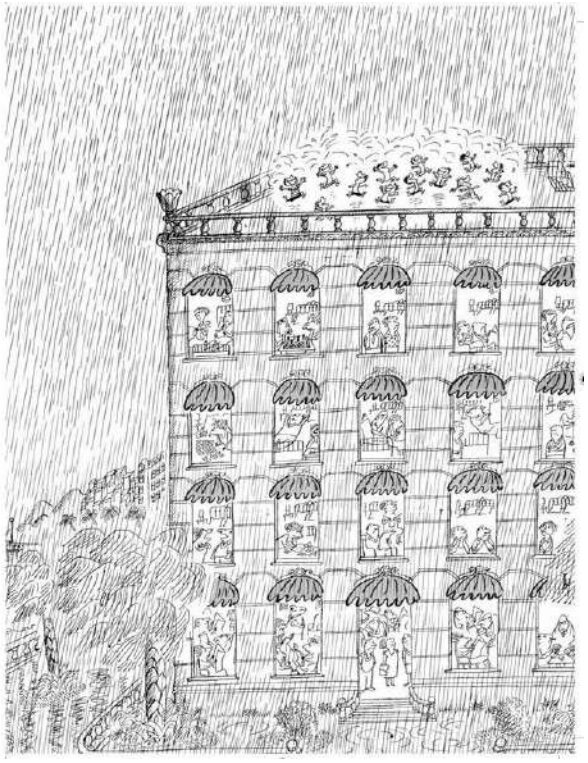
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816028

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816028

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

lorient.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **28029**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

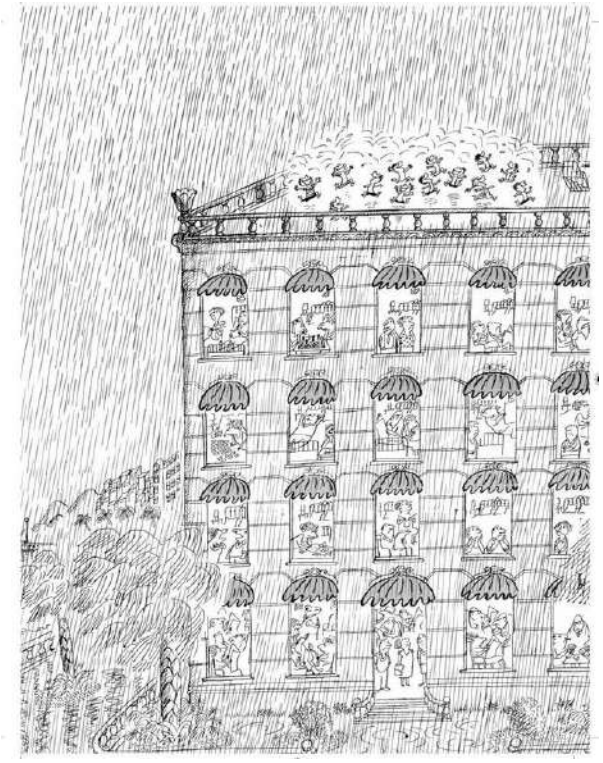
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816136

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816136

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

montpellier.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **4029**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

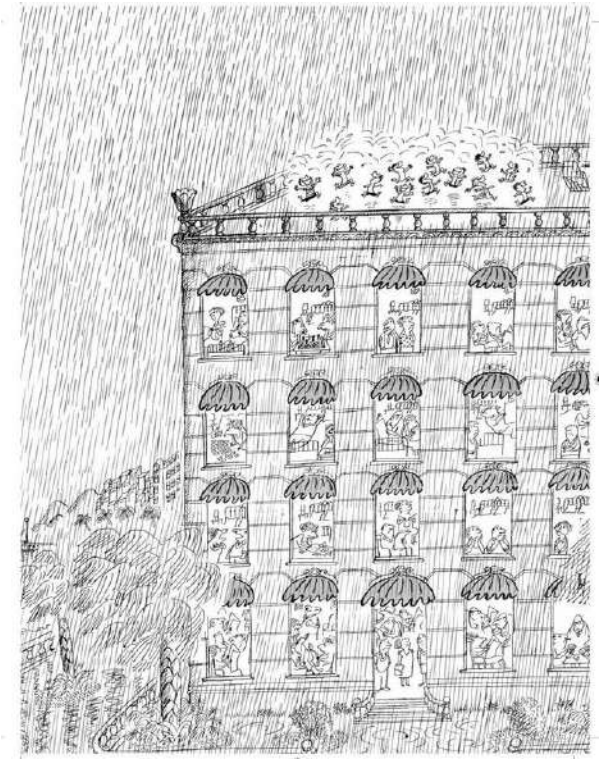
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816149

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816149

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

nevers.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **436**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

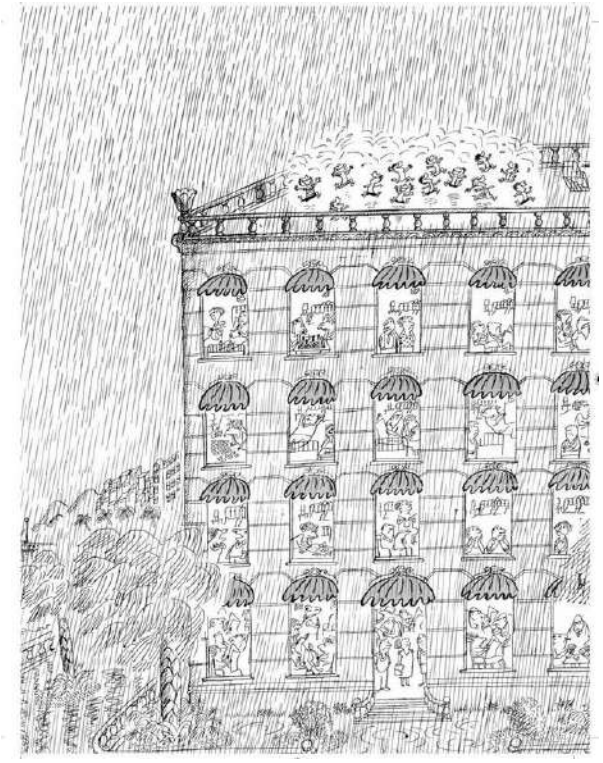
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816245

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816245

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

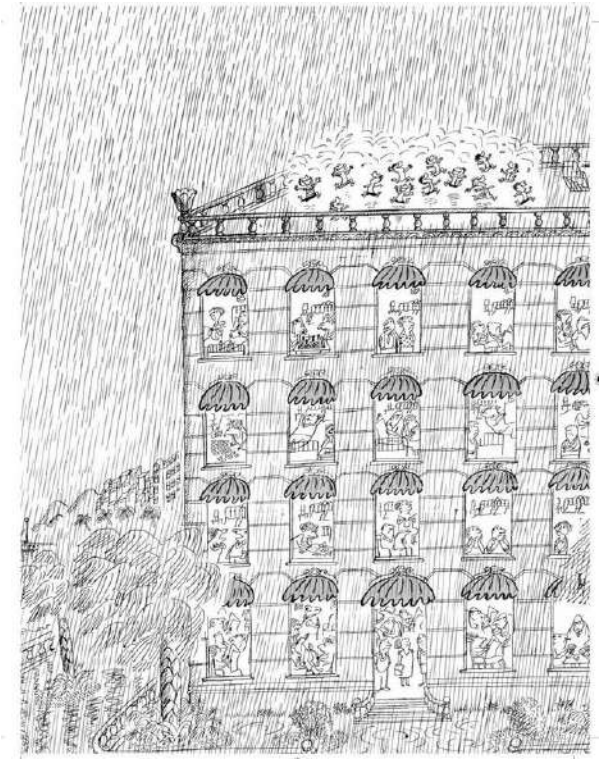
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816002

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816002

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

niort.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **6619**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

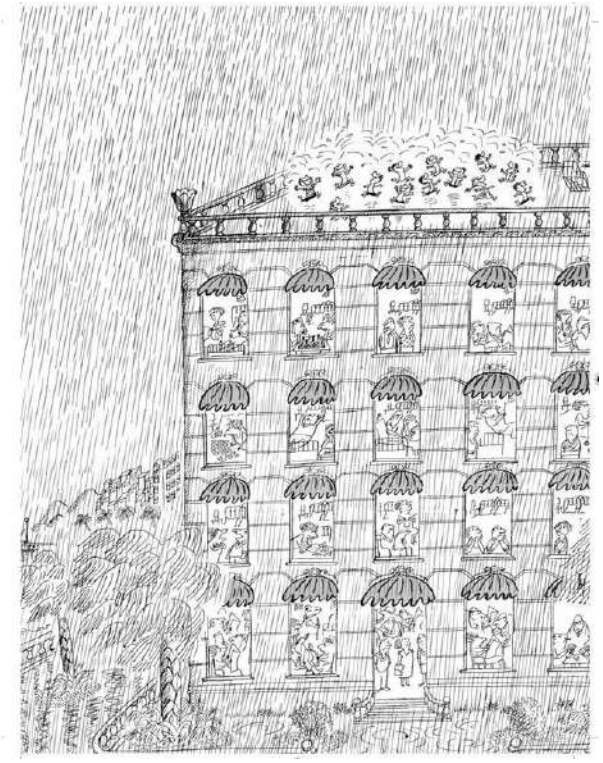
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365815878

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365815878

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

ouest france

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **2164000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **Du 13 au 14 aout 2022 P.29**

Journalistes : **Michel TROADEC.**

Nombre de mots : **899**

Cultures - Télévision

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

Dessin. Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste – au style sans pareil – en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'œil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)*.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consœur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Cœur. Lui, les actions – vues ou inventées –, il les posait sur papier afin qu'on ne les oublie pas.

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. | PHOTO : STÉPHANE DE SAKUTIN, AFP

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest*. Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique*, lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas*, il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le *Saint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match*.

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker*, pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait hier notre ami et collègue François Simon : **« En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue. »**

Michel TROADEC.

(1) Dans *Enfances*, Denoël. 316 p., 42 €.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* en deux tomes (Imav éditions).

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5891253600506

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Des réactions à sa disparition

Pour notre dessinateur Chaunu, **« le génie de Sempé a été de savoir dessiner l'être humain, aussi bien dans l'enfance que dans l'âge adulte, souvent paumé, soit dans des grandes villes, soit dans des jardins foisonnants. Si on grossit un trait de Sempé, on voit sa fragilité, comme une corde de guitare qui vibre. Sempé a un pied dans l'Art avec un grand A. »**

« Sempé, c'était le dessin, c'était le texte. C'était le sourire et la poésie. C'était parfois la larme à l'œil de rire, ce soir, elle est d'émotion », a réagi la Première ministre Élisabeth Borne.

« Avec tendresse, poésie et malice, un humour qui se déplie à l'infini et une liberté absolue, il nous a appris à regarder le monde avec un regard d'enfant », a tweeté la ministre de la Culture, Rima Abdul-Malak.

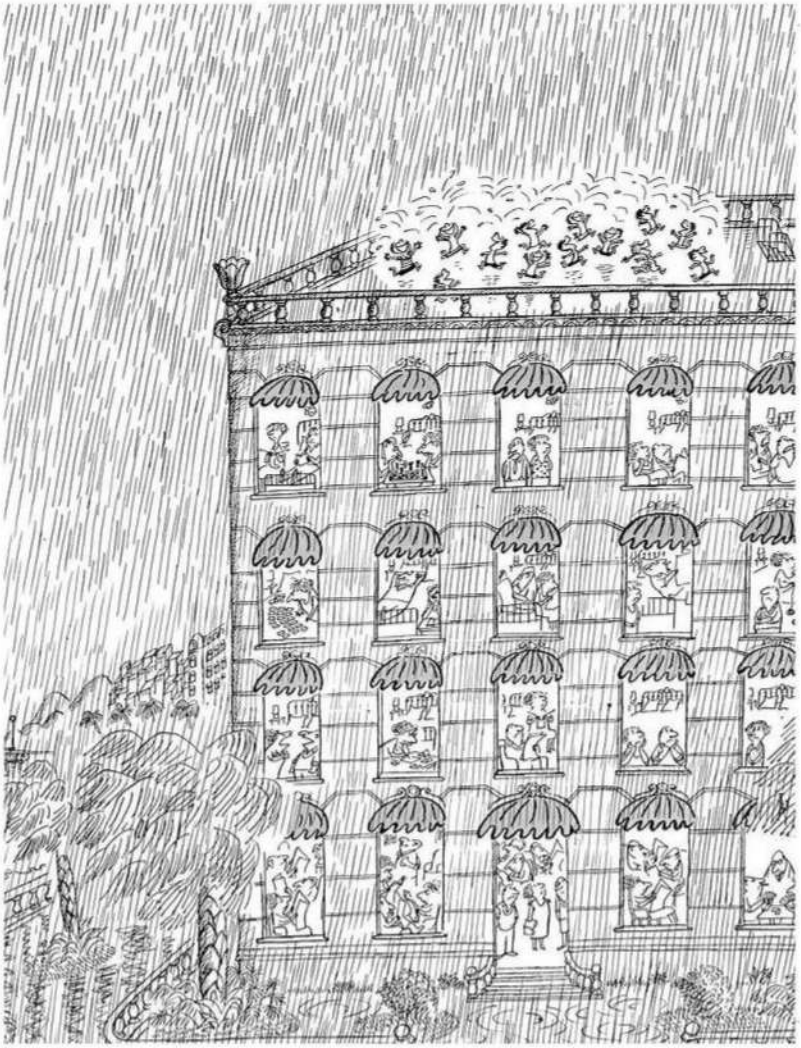


Illustration extraite de « Quelques enfants », un recueil de dessins sur le thème de l'enfance. | PHOTO : ÉDITIONS DENOËL, « QUELQUES ENFANTS », 2021 (ÉD. AUGMENTÉE)

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5891253600506

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

poitiers.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **879**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

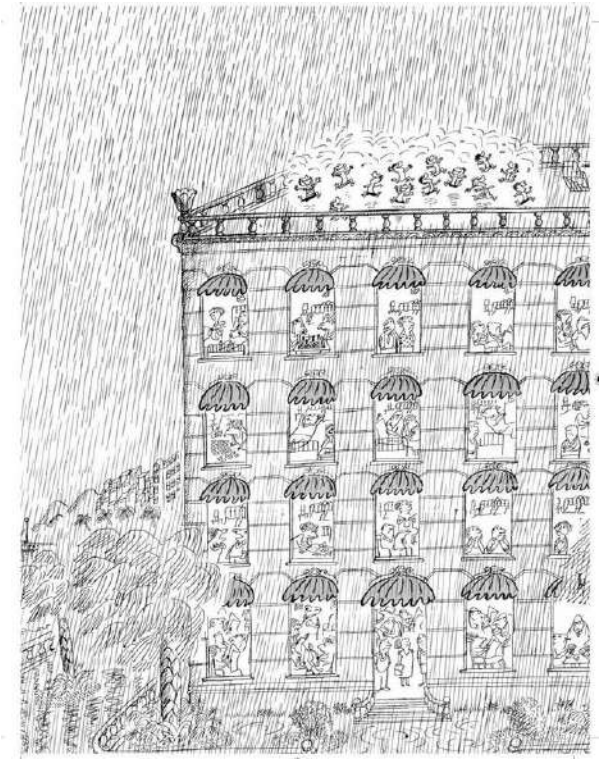
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365815998

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365815998

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

pontivy.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **50074**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

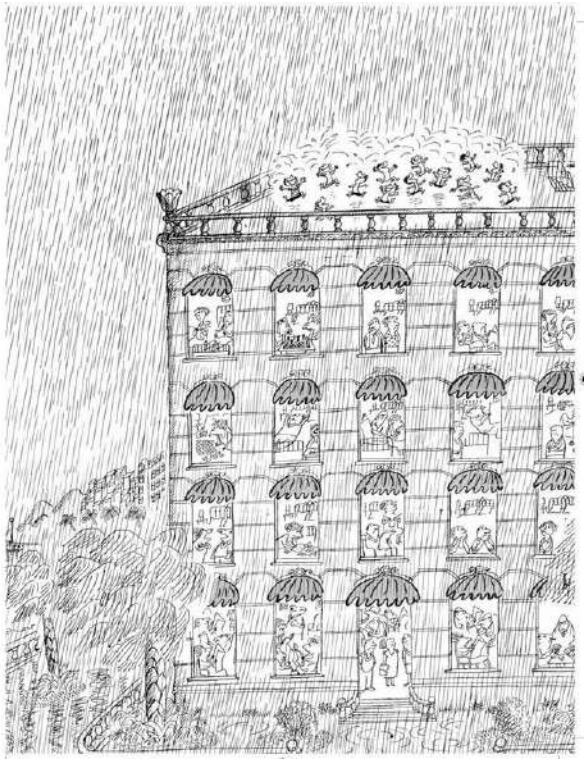
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816185

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816185

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

rennes.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **106267**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

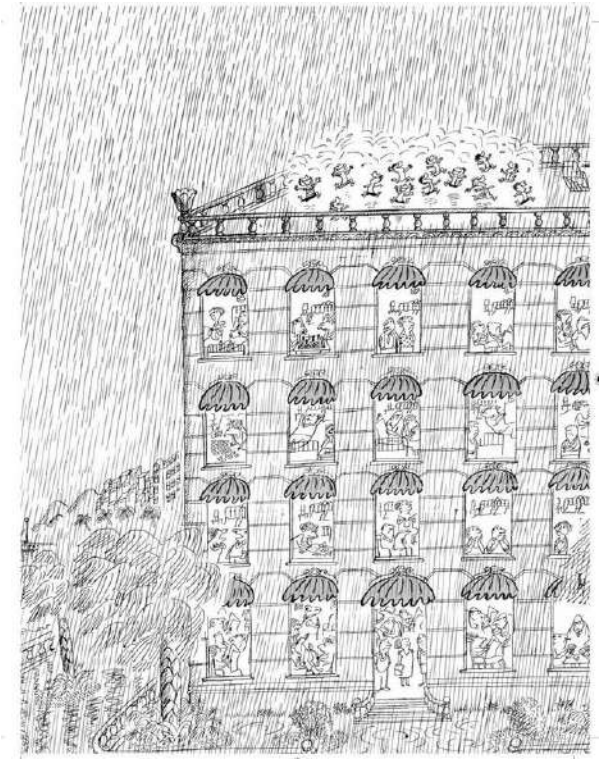
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816135

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816135

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

saint-brieuc.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **75331**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

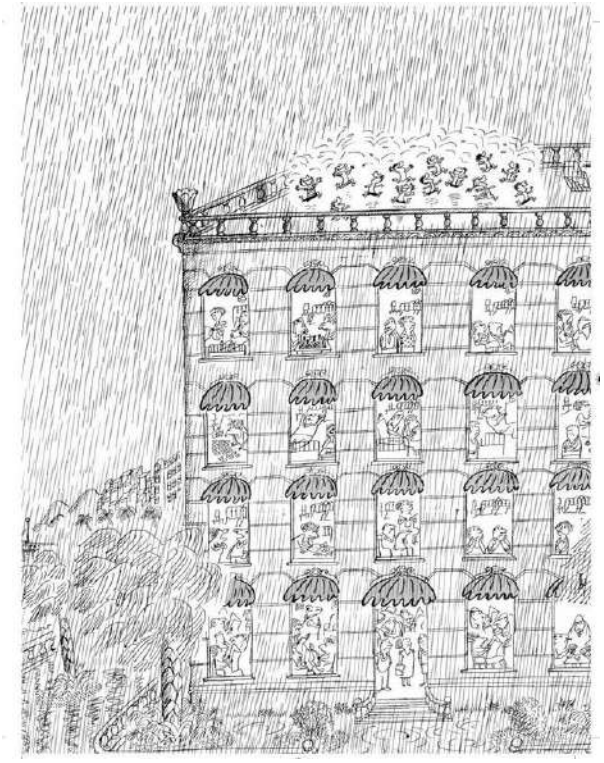
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816177

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816177

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

saint-lo.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **6737**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

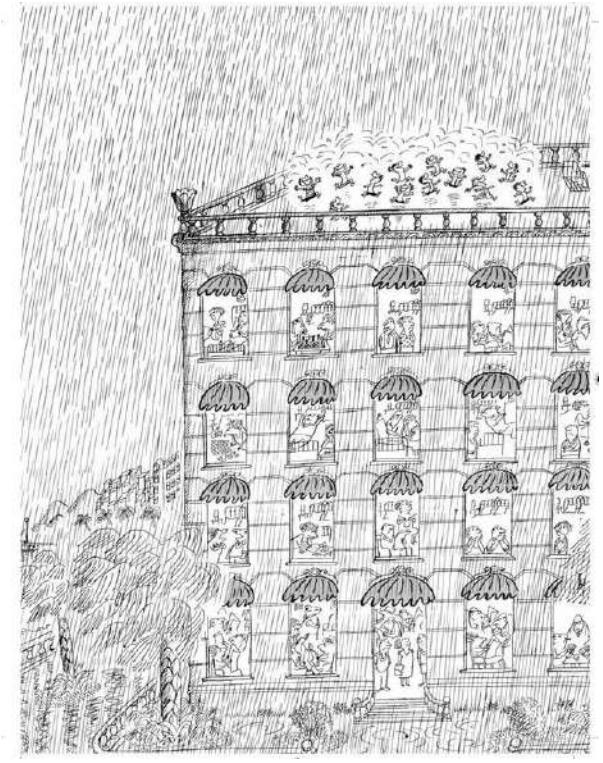
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816150

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816150

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

saint-nazaire.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **25237**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

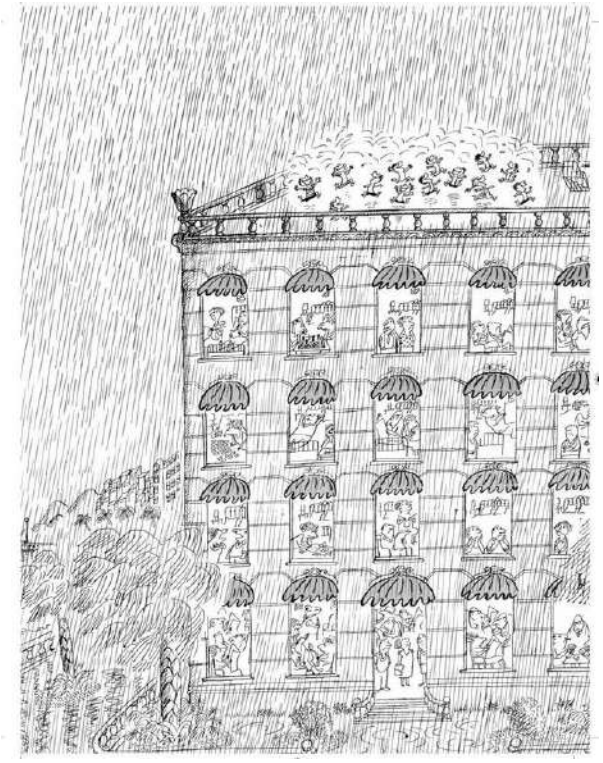
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816114

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816114

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

saint-omer.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **1088**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

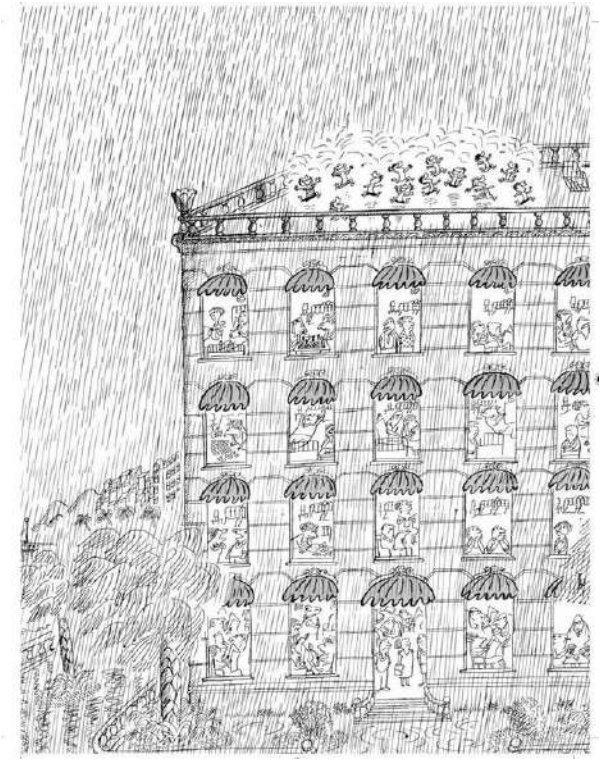
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816068

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816068

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

toulon.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **22850**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

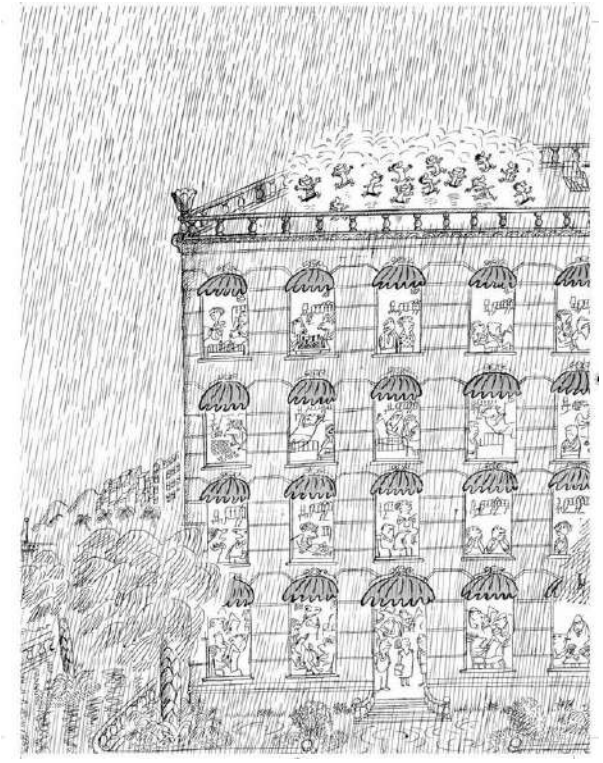
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816160

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816160

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

tourcoing.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **2122**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

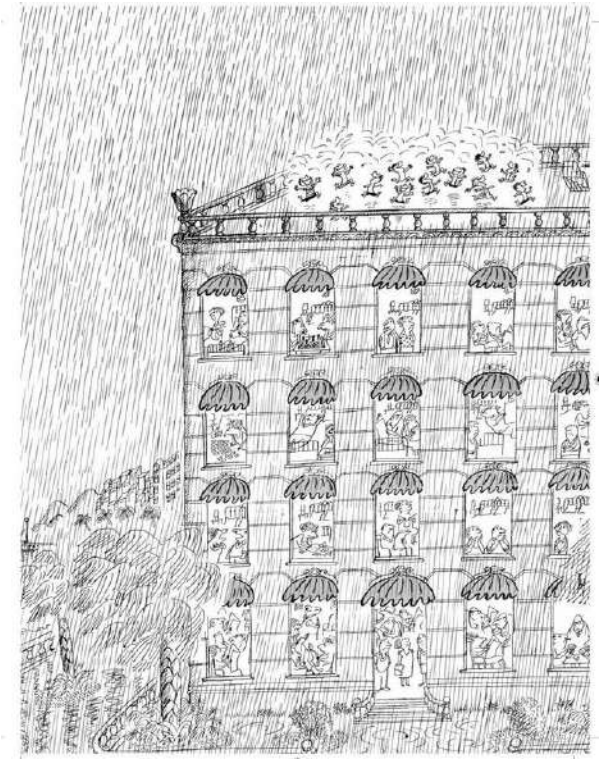
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816188

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816188

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

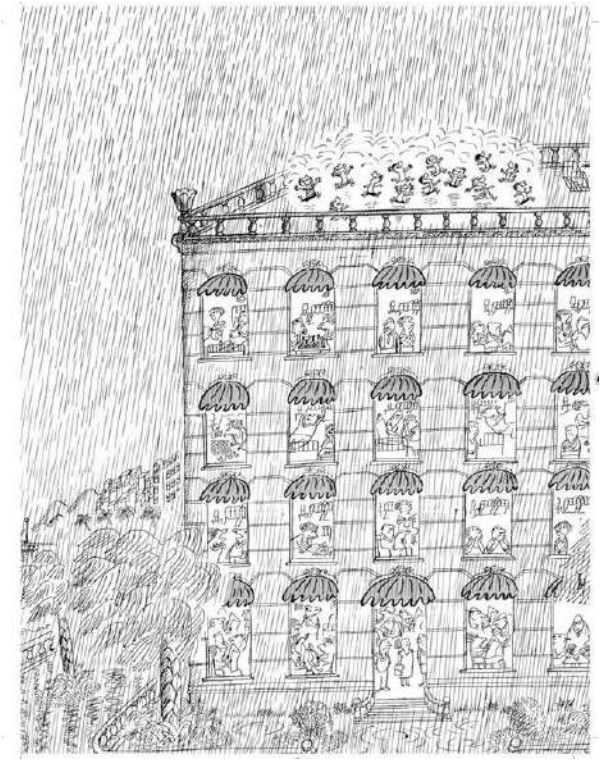
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816109

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816109

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

trouville-deauville.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **4231**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

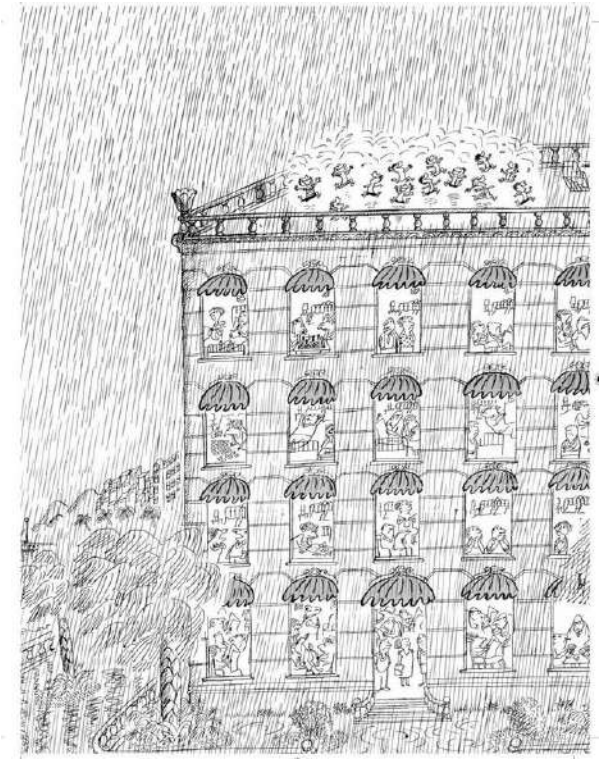
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816138

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816138

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

valenciennes.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **4296**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

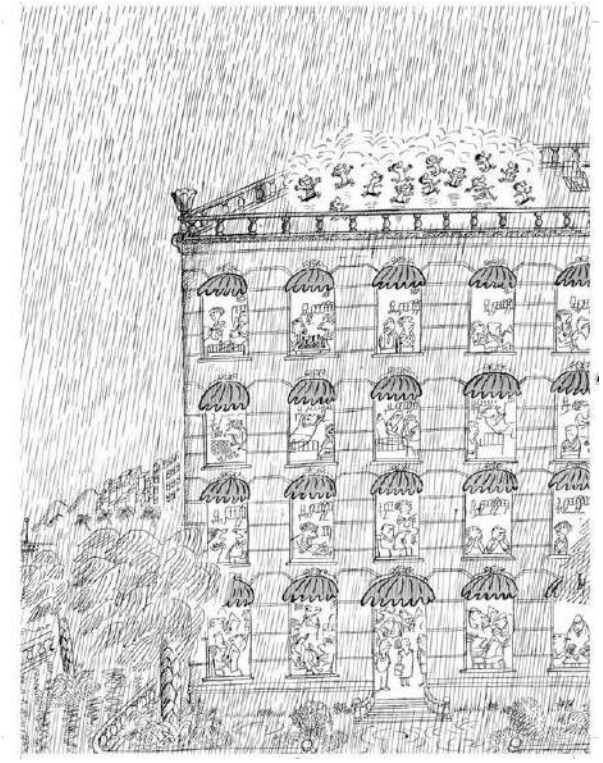
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816011

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816011

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

vannes.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **36893**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

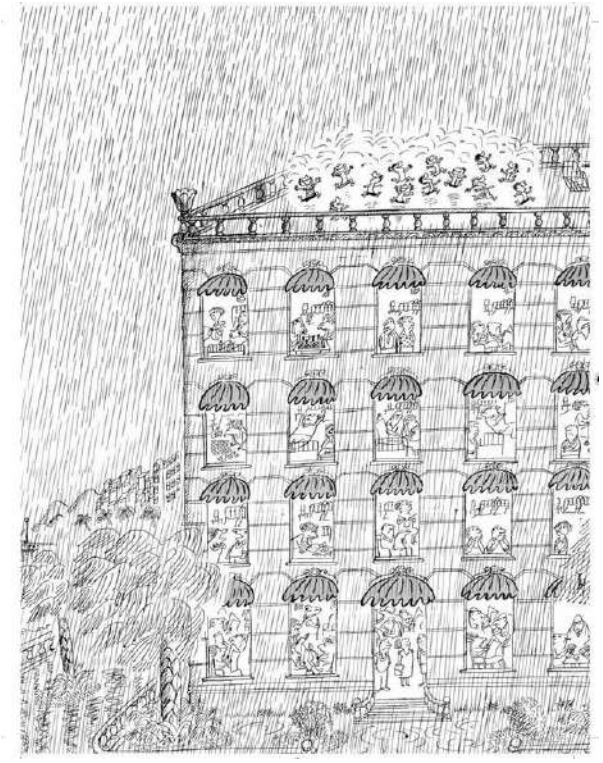
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365815992

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365815992

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

vitre.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **9992**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **Michel TROADEC**
Nombre de mots : **4734**

Visualiser l'article

Le regard de Sempé conjuguait humain et humour

3

Jean-Jacques Sempé dans son appartement parisien, en 2015. © AFP

Il n'y aura plus de nouveaux dessins, pourtant si élégants, de Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi. Mais cet immense artiste au style sans pareil en laisse des milliers à voir et revoir.

Disparition

Comment dire... La finesse du trait de Sempé, un peu pattes de mouche, mais aussi le mouvement, toujours. La capacité du dessinateur à capter l'oeil du lecteur pour le guider où il a choisi, afin de mieux le surprendre et lui amener, au minimum, un sourire.

Comment raconter... Les grands décors et les petits personnages ; les adultes vaniteux, ridicules, tendres, enfantins ; le quotidien plus vrai que nature ; l'addition des scènes dans la même page, et le détail qui réjouit ; la profonde légèreté... Sempé était autant un dessinateur d'humour qu'un inventeur d'émotions.

Porté ni sur la politique, ni sur l'actualité, il aimait les villes, la campagne, la mer. Il aimait les gens, les enfants, les sportifs, les musiciens. Il aimait le noir et blanc et la couleur. Il aimait beaucoup, Sempé.

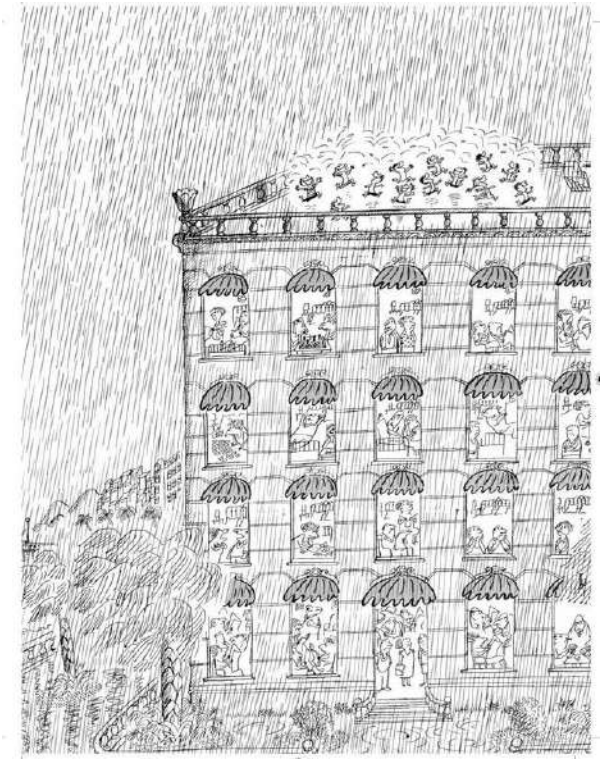
« Raisonnable, pas adulte »

Né à Pessac, près de Bordeaux, en 1932, Jean-Jacques Sempé est mort jeudi. Il avait 89 ans et, 89 ans, ce n'est rien quand on est encore un enfant... **« Il m'est arrivé de devenir, par moments, raisonnable mais jamais adulte... »** disait-il *(1)* .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son enfance n'avait pas été **« follement gaie. Quand je me suis mis à dessiner, c'était peut-être une sorte de thérapie, j'ai eu envie de dessiner des gens heureux,** disait-il. **De faire du dessin humoristique, avec des gens heureux. Ce qui est de la folie. Mais ça, c'est mon caractère. »**

Dans l'enfance désordonnée de Sempé, il y avait tout de même des rayons de soleil, comme dans nombre de ses futurs dessins. Parmi les plus fidèles, il y eut la radio, la musique, surtout l'orchestre de Ray Ventura, **« d'une extrême gaieté ».**



. © Sempé, Éditions Denoël, « Quelques enfants » (2021, édition augmentée)

Allez savoir pourquoi, chez lui, la gaieté allait souvent de pair avec la mélancolie. **« Elle fait partie de la vie. L'état d'esprit humain anticipe le fait qu'une action se passe mais est déjà dépassée »,** avait-il raconté à notre consoeur Florence Pitard, chez lui, au septième étage d'un immeuble de Montparnasse, avec vue époustouflante sur les toits de Paris et le Sacré-Coeur. Lui, les actions vues ou inventées il les posait sur papier pour qu'elles ne s'oublient pas.

Pour revenir à son enfance, très tôt, vers 12 ans, il griffonne des dessins humoristiques, sans légende. Il réussit à en passer dans le quotidien *Sud-Ouest* . Il a 17-18 ans, on est au début des années 1950 et il est livreur à bicyclette à Bordeaux, son unique autre métier.

Un jour, un journal de programmes de radio belge, *Le Moustique* , lui demande de créer un personnage. Dans le bus, il y a une publicité pour les vins Nicolas. Le petit garçon qu'il vient tout juste de dessiner s'appellera donc Nicolas. Et quand on lui demande d'en faire d'abord une bande dessinée, Sempé demande à son copain René Goscinny de l'aider.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

15 millions de *Petit Nicolas*

Le succès du *Petit Nicolas* , il l'explique par le fait que, dès le premier tome, **« c'était complètement démodé ».** Donc intemporel. Et les cinq volumes, publiés de 1960 à 1964, se sont mine de rien vendus à 15 millions d'exemplaires.

C'est Sempé qui décide de stopper la série. Car, dans ses cartons, il y a aussi plein de dessins qui ne demandent qu'à sortir en albums.

. © Sempé, Éditions Denoël, « Garder le cap » (2020)

Il crée *Monsieur Lambert* (1965, puis 1975), employé de bureau qui s'échappe par le rêve à sa médiocre condition. Il croque le S *aint-Tropez* des années 1960, puis les *Vacances* (1990). Au total, une centaine de beaux livres en soixante ans de carrière, avec des rendez-vous réguliers dans *L'Express* et *Paris Match* .

Mais surtout, il est embauché en 1978 et jusqu'en 2019, au prestigieux *New Yorker* , pour lequel il signe une centaine de Une. Des dessins rassemblés dans *Sempé à New York* (2009).

Comme l'écrivait aujourd'hui notre ami et collègue François Simon : **En chipant Sempé, cet été nous confirme qu'il n'a aucune tenue** .

(1) dans *Enfances* , Denoël. 316 pages, 42 €.

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816200

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sortie en septembre de *La grande histoire du Petit Nicolas* et, en octobre, de l'intégrale du *Petit Nicolas* , en deux tomes (Imav éditions).

Ouest-France

CASTELNICOLAS2 - CISION 365816200

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LE FIGARO.fr

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**
Audience : **22735056**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Aout 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3926**

www.lefigaro.fr

Visualiser l'article

Dans Le Petit Nicolas, toutes les blessures de ses auteurs, Sempé et Goscinny

Audio: https://www.lefigaro.fr/culture/dans-le-petit-nicolas-toutes-les-blessures-de-ses-auteurs-sempe-et-goscinny-20220812

Loin de la France idéalisée des années 1950 retracée dans Le Petit Nicolas, les deux hommes ont puisé l'inspiration dans leurs blessures intimes pour créer le petit garçon espiègle Charles Platiau / REUTERS

Un film d'animation, prévu pour cet automne, raconte le processus de création de ce petit héros qui traverse les générations.

Un gamin battu, monté à Paris ses croquis sous le bras, et un globe-trotteur exilé pour échapper à la Shoah : pour René Goscinny comme pour Jean-Jacques Sempé, décédé jeudi, créer *Le Petit Nicolas* fut un moyen de panser les plaies d'une enfance cabossée.

Hasard du calendrier, le processus créatif à l'origine du plus célèbre des petits écoliers, héros incontournable de la littérature jeunesse, et désormais doublement orphelin, après la mort jeudi de Sempé, est au coeur d'un film d'animation qui doit sortir le 12 octobre en salles. *Le Petit Nicolas, qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?* , pour lequel les réalisateurs Amandine Fredon et Benjamin Massoubre ont rencontré Sempé avant son décès, a remporté en juin le Cristal d'Or au Festival du film d'animation d'Annecy .

Loin de la France idéalisée des années 1950 retracée dans leurs ouvrages communs, il montre comment les deux hommes ont puisé l'inspiration dans leurs blessures intimes pour créer le petit garçon espiègle, meilleur copain de générations de lecteurs et vendu à 15 millions d'exemplaires. Lorsqu'il rencontre Sempé dans le Paris des années 1950, Goscinny est un jeune homme qui a déjà roulé sa bosse : parti tout petit en Argentine avec ses parents pour fuir l'Holocauste, il a ensuite bourlingué entre les États-Unis où il rêve de travailler avec Walt Disney, et rencontre notamment Morris, le créateur de *Lucky Luke,* et la France.

Sempé, lui, est un gamin issu d'une famille populaire de Bordeaux, battu par son beau-père et monté à Paris pour tenter sa

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

chance. L'amour du dessin n'est donc pas la seule chose qui relie les deux jeunes hommes.

La création du *Petit Nicolas, «c'est une histoire de résilience, de deux mecs qui se sont fait voler leur enfance, l'un par la Shoah et l'autre par un beau-père abusif, et qui vont créer cette enfance rêvée* du Petit Nicolas», expliquait à l'AFP Benjamin Massoubre, l'un des co-réalisateurs, lors du Festival d'Annecy. Le film montre ces deux personnalités complices, crayon à la main, tantôt chez eux, tantôt à la terrasse d'un café : *«Goscinny, très loin de son image de franchouillard en pantoufles, est un globe-trotteur»,* Sempé en amoureux du jazz et de la musique.

Les premiers croquis, le choix du prénom, presque au hasard, grâce à une publicité pour le caviste Nicolas... Le film retrace la genèse de ce qui deviendra l'une des oeuvres les plus lues du patrimoine français. Les réalisateurs, qui ont travaillé main dans la main avec la fille de René Goscinny, Anne, ont pu exploiter les archives des artistes. Et recréer fidèlement le trait élégant de Jean-Jacques Sempé, qu'il a fallu adapter à l'écran, une gageure.

«Pour être fidèles à son univers, on est partis de ses dessins et on a fait des dossiers : les restaurants, les bars, les parcs, les arbres», pour constituer une base de données dans lesquels les dessinateurs puisaient, explique Amandine Fredon, l'autre réalisatrice. *«C'est très dur de faire du Sempé»,* reconnaît la cinéaste. Mais le pari est réussi : le film, désormais en forme d'adieu, permettra aux spectateurs de s'asseoir comme s'ils y étaient à la table où Jean-Jacques Sempé, crayon à la main, a créé ce petit garçon qui parlait tellement à l'enfant malheureux qu'il avait été.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Entreprendre.FR

www.entreprendre.fr

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **113620**
Sujet du média : **Gestion d'entreprise - Management**

14 Aout 2022
Journalistes : **Anne Florin**
Nombre de mots : **6093**

Visualiser l'article

Jon Bon Jovi craque pour le rosé du Languedoc

Jon Bon Jovi (Domine Jerome/ABACA)

L'ancien rugbyman Gérard Bertrand a su poser son empreinte dans le monde de la viticulture en devenant un spécialiste des vins du Languedoc très respecté. Son partenariat avec Jon Bon Jovi et son fils est une réussite.

On évoque souvent les sportifs nord-américains aux reconversions éclatantes. Mais la France n'a rien à leur envier. Gérard Bertrand, ancien capitaine de l'équipe parisienne du Stade Français l'a prouvé.

Le décès accidentel de son père provoque son retour sur les terres natales du Languedoc, qui s'enorgueillit du succès de cet enfant du pays. Il s'est notamment illustré par sa volonté affirmée de convertir les vignobles à la biodynamie alors même que cette idée n'était pas encore populaire. De quelques hectares tests, ce sont aujourd'hui environ 900 qui au fil du temps ont été convertis à des pratiques plus respectueuses de l'environnement et de la santé. Les seize domaines détenus par Gérard Bertrand sont d'ailleurs certifiés Demeter.

Le Pet' Nat', le petit dernier

Dernièrement, Gérard Bertrand a prouvé une nouvelle fois qu'il reste à l'écoute du marché. Il s'est lancé sur un nouveau segment, le Pet'Nat. Un pétillant naturel rosé qui la particularité d'être biologique, et dispose d'un joli nom, le Papilou.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Ces vins naturellement pétillants sont en effet de plus en plus plébiscités par le public pour l'apéritif, car il n'y a aucun ajout de levure ou de sucre, le processus est totalement naturel, mais exige du savoir-faire. Lancé chez les cavistes et la restauration hors foyer, ce vin à base de cinsault et pinot noir sera diffusé cet été.

Réussite exemplaire

À 22 ans seulement, en 1987, Gérard Bertrand reprend le vignoble familial des Corbières et une affaire de négoce. En parallèle, il poursuit le rugby jusqu'à l'âge de 30 ans.

Aujourd'hui propriétaire de 16 châteaux languedociens, son entreprise produit quelque 35 millions de bouteilles. En dépit de cette réussite hors normes, l'homme garde parfois l'image du vin de grande distribution qui lui a permis à ses débuts de faire décoller l'entreprise afin de mettre sur pied par la suite des projets plus marketing et personnels depuis une vingtaine d'années.

Pourtant, l'homme ne renie pas l'histoire. Après tout, c'est le caviste Nicolas et des enseignes telles que Prisunic qui ont permis à l'entrepreneur de passer au stade supérieur. Il remercie d'ailleurs ouvertement les foires aux vins qui ont été l'opportunité pour le public de se familiariser avec les vins du Midi.

Le virage sur le premium a commencé avec le rachat du Château l'Hospitalet en 2002. Il fallait quand même disposer d'un mental solide pour racheter à l'époque une propriété de 70 hectares pour une somme supérieure au chiffre d'affaires de l'époque, soit 9 millions d'euros. L'affaire de négoce est également florissante, Gérard Bertrand travaille avec environ 200 viticulteurs et 15 caves coopératives en Languedoc.

Jon Bon Jovi, fan de rosé

La star américaine de rock, Jon Bon Jovi, comédien à ses heures a d'autres cordes peut-être un peu moins connues à son arc. Entre autres, il adore le rosé. Une boisson de femmes pour les Américains, mais non ! « Real men drink pink » selon la star qui adore ce produit.

La « Hampton Water », marque du rosé lancée en 2018 par Jon Bon Jovi et son fils Jesse, est à elle seule un positionnement. En effet, les Hamptons sont une région où certains privilégiés disposent de grandes propriétés, sur le beau territoire de Long Island, familier du clan Kennedy et dont la réputation n'est plus à faire aux États-Unis.

Jesse Bon Jovi fait un jour remarquer à son père que l'on y boit plus de rosé que d'eau. Ni une ni deux, le duo se lance dans ce projet, charge à Jesse de mettre au point le business plan. L'idée marketing est belle, et la France s'impose immédiatement comme pays d'origine. Encore faut-il trouver le partenaire idéal. Gérard Bertrand, rencontré chez des amis communs, s'impose rapidement, un choix dont les Bon Jovi se félicitent encore aujourd'hui. Le trio est constitué.

Lancement américain réussi

Il s'agissait pourtant d'une première pour Gérard Bertrand. Il avait jusqu'alors toujours développé ses propres vins, sans

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

collaboration avec une star internationale. C'est l'idée de créer un vin en quelque sorte familial et représentatif d'un style de vie qui le séduit.

La musique est aussi un point commun, Gérard Bertrand organise en effet depuis plus de quinze ans un festival international de jazz au Château l'Hospitalet, une musique dont il est fan.

Le mentorat de Gérard Bertrand et de ses équipes a été efficace, c'est le moins que l'on puisse dire. En 2020, le vin « Hampton Water » a été désigné Meilleur Rosé 2018 par le magazine Wine Spectator, dans son classement des 100 meilleurs vins. Encore mieux, de 2018 à 2022, la Hampton Water a obtenu la note de 90 points sur 100 quatre années consécutives.

L'aventure se poursuit

Fort de cette première expérience réussie, concrétisée par plus d'un million de cols vendus, le trio a décidé d'aller plus loin. Les clients qui fréquentaient un certain magasin Carrefour le 10 mai dernier ont été un peu surpris. Jon Bon Jovi en personne se promenait dans les allées avec son fils et le viticulteur-négociant français devant une tête de gondole de rosé « Hampton Water ».

Car ce rosé va à présent être proposé aux Européens, et plus particulièrement aux Français qui le retrouvent déjà chez Monoprix et Carrefour. Le vin n'est pas bio, mais « pourrait l'être dans les années à venir » selon Gérard Bertrand dont la majorité des vignes est cultivée en bio et biodynamie. Alors, prêt à déguster un petit air des Hamptons en écoutant « It's my life » de Bon Jovi ?

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LE FIGARO.fr

www.lefigaro.fr

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**
Audience : **22735056**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

13 Aout 2022
Journalistes : **Olivier Delcroix**
Nombre de mots : **16644**

Visualiser l'article

Jean-Jacques Sempé, le père du Petit Nicolas , est décédé à l'âge de 89 ans

Vidéo : https://www.lefigaro.fr/bd/deces-du-dessinateur-jean-jacques-sempe-a-l-age-de-89-ans-20220811

DISPARITION - Le dessinateur d'humour est mort jeudi, dans sa résidence de vacances, a indiqué Marc Lecarpentier, son biographe et ami.

Voilà, Sempé n'est plus. Il ne décochera plus ses traits en forme de flèches d'Indiens qui nous touchaient souvent au coeur. La France pleure la mort du papa du *Petit Nicolas* .

Ses traits étaient des vers, ses dessins écrivaient des poèmes. Comme le peintre des années folles Foujita qui disait vouloir « *arriver avec un seul point à représenter tout un univers* », le rêve de Jean-Jacques Sempé qui aura consisté à embrasser le monde tel qu'il va, en mêlant ses petits personnages si attendrissants à l'immensité des paysages qu'ils traversent, s'est brisé là.

Même s'il vient de mourir à l'âge vénérable de 89 ans, Sempé peut se rassurer : il a réussi la mission qu'il s'était fixée. Lors de l'une de ses dernières sorties publiques à l'occasion du 60e anniversaire du *Petit Nicolas* fin mars 2019 à la Fondation Louis Vuitton, Jean-Jacques Sempé avait pris un bain de foule avec une flopée d'enfants. Il était toujours vaillant - et souriant - bien que ne quittant pas son fauteuil roulant. « *Vous voyez tous ces petits mômes qui cavalent partout, avait-il dit en manière de confidence, hé bien, même à mon âge, je ne m'en sens pas si différent au fond!* »

Un humour bienveillant

Doux rêveur, discret jusqu'à l'effacement, le dessinateur du *Petit Nicolas* a enchanté des millions de lecteurs grâce à son trait épuré et délicat, imprégnant les tracas du quotidien d'une douce légèreté. Auteur de plusieurs milliers de dessins et de plus de quarante albums, Sempé était le plus célèbre dessinateur d'humour français.

Quand on se rendait chez lui, dans son bel atelier niché au sixième étage d'un immeuble haussmannien du quartier Montparnasse, on le découvrait souvent à sa table à dessins. Lorsqu'il levait la tête, il pouvait admirer les toits de Paris à travers la grande baie vitrée qui lui donnait toutes les nuances de lumières souhaitées. En regardant ses croquis, on se disait que cela paraissait si facile de dessiner pour lui. Il répondait simplement: « *Non, c'est l'enfer. C'est très difficile. Il faut échapper à la vanité, à vos grands principes. C'est avant tout l'invention d'une écriture.* »

L'humour bienveillant de Sempé a passé les frontières pour saisir l'esprit de son temps dans les pages exigeantes du *New Yorker,* ayant réalisé plus d'une centaine de couvertures pour le magazine américain. Une consécration pour le Bordelais né le 17 août 1932, dans une famille modeste où les bagarres conjugales ont bercé son enfance. « *Toute ma vie d'enfant, j'ai entendu ma mère faire des reproches à mon père sur le fait qu'il ne trouvait pas de travail autre que le misérable boulot qu'il avait. C'était toujours des bagarres, toujours des disputes, toujours des dettes, toujours des déménagements en vitesse* », confiait le dessinateur à Marc Lecarpentier, dans le livre d'entretiens *Enfances* .

Au coeur de cette atmosphère familiale difficile, Sempé s'évadera par le rêve, la musique et bien sûr par le dessin. L'école constitue pour lui un lieu de gaieté et de chahut qui contraste avec l'ambiance morose de sa maison. Elle lui offre ses plus beaux souvenirs. Néanmoins, il est renvoyé pour indiscipline du Collège moderne de Bordeaux. À l'âge de 14 ans, il se lance dans la vie active pour aider sa famille. Il trouve un emploi de livreur à bicyclette, il devient courtier en vin, moniteur de colonies de vacances, tout en plaçant quelques dessins dans la presse locale. En 1951, Sud-Ouest Dimanche publie ses premiers dessins signés Dro. « *Je ne signais pas Sempé, j'avais peur... Je trouvais que mes dessins étaient trop mauvais* »,

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

confiera l'humoriste rarement satisfait de son travail.

Renvoyé de son emploi, désoeuvré, déguerpir sera le moteur d'une opiniâtreté sans failles. Son objectif consiste à rejoindre la Ville lumière. Âgé de 17 ans, le jeune adolescent falsifie ses papiers pour quitter le giron familial. Il devance l'appel, et fait son service au Fort de Vincennes. Paris l'émerveille: « *Quand je suis arrivé à Paris, j'ai trouvé les Parisiens très gais. Je venais de Bordeaux où les gens n'étaient pas naturellement souriants. J'ai été tout de suite enchanté par le métro, les autobus, la fièvre de la ville. Et surtout j'ai fait beaucoup de vélo. Pendant trente ans, je suis allé partout en bicyclette* », a confié le dessinateur dans Sempé, un peu de Paris et d'ailleurs, le catalogue de l'exposition que lui a consacré la ville de Paris, en 2012.

Il fréquente les clubs de jazz, les brasseries de Saint-Germain, se lie d'amitié avec Jacques Tati, Jacques Prévert, Françoise Sagan... Il saisit la poésie d'un autobus à plateforme, la sérénité du jardin du Luxembourg que l'artiste adorait, les courbes élégantes des immeubles haussmanniens ou l'agitation de la foule. Libéré de ses obligations militaires, Sempé vivote de ses dessins publiés dans les journaux de la capitale. Il collabore à de nombreux titres : Ici Paris, France Dimanche, Samedi Soir, Noir et Blanc, Le Rire, *Le Figaro* et bien sûr Paris Match, la plus longue : depuis 1956, il fait les beaux jours de l'hebdomadaire.

En 1954, par un bel après-midi de printemps parisien, (« *doux et frais* » d'après les souvenirs précis de Sempé) le dessinateur fait une rencontre déterminante qui va changer sa vie. Ce « *chouette copain, son premier ami à Paris* » s'appelle René Goscinny. Le dessinateur est alors âgé de 22 ans, encore fraîchement débarqué de Bordeaux. Goscinny, son aîné de six ans, revient quant à lui d'Amérique... Le tandem Sempé-Goscinny c'est un peu comme Lennon-McCartney, un génie à deux têtes. « *Nous nous sommes rencontrés dans le bureau de l'agence de presse World Press qui avait ses bureaux sur les Champs-Élysées, et où Goscinny travaillait régulièrement, pour les Éditions Dupuis, confiait Sempé au Figaro en 2017. Il arrivait des États-Unis. Cela m'impressionnait énormément. C'était un peu comme un cosmonaute qui rentrerait de mission.* »

Une rencontre évidente avec Goscinny

Sempé apporte ses dessins dans le bureau de Georges Troisfontaines, directeur de la revue belge Le Moustique. René Goscinny s'y trouve également. *«René Goscinny était impeccablement habillé, très poli aussi. En attendant Georges Troisfontaines, nous avons commencé à bavarder. Puis, en descendant les Champs-Élysées, René m'a demandé si j'aimais les oursins. Comme j'ai répondu que " je ne savais même pas ce que c'était, il m'a invité à les découvrir dans une brasserie non loin de l'agence. Depuis, j'associe toujours ce goût si particulier à la mémoire de mon ami René. Voulant l'impressionner, je m'inquiétais de savoir s'il aimait la musique, car je pouvais " lui faire écouter deux disques»* . Sa réponse nous conduisit square des Batignolles où je logeais dans une chambre de bonne. *«Je possédais effectivement deux 33 tours, une pièce de Ravel, orchestrée par les Concerts Colonne et une " session de jazz de Duke Ellington. J'ai appris depuis qu'il avait cru à une plaisanterie de ma part. Alors que c'était la stricte vérité ! Voilà comment nous sommes, instantanément, devenus copains.»*

À l'époque, l'agence qui emploie Sempé publie une couverture où l'on voit un gamin en train de se rouler dans la boue. Ce croquis remporte un franc succès. On demande à Sempé qu'il imagine les aventures de ce petit personnage, tout en le priant de lui donner un nom. *«Un jour, sur le flanc d'un autobus* , se souvient Sempé, *j'ai aperçu une réclame pour les vins Nicolas. J'ai proposé ce nom à mon employeur qui trouva cela /formidable. Ce prénom était étrange pour un petit garçon. Après quoi, on voulut en faire une bande dessinée. À ce moment-là, j'ai demandé à René Goscinny si cela l'intéressait de travailler avec moi. Nous avons essayé. J'ai fait je crois 28 histoires en bande dessinée. Mais, rapidement, comme je détestais faire de la BD, nous avons mis fin à cette collaboration en quittant l'agence de la World Press.»*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Comme Sempé continue à publier des dessins dans *Sud-Ouest* , il propose à René Goscinny : « *Tu sais, ce qui serait bien, c'est que tu écrives des contes sur le Petit Nicolas, et je les illustrerai.* » La légende est en marche. Le rédacteur en chef de *Sud-Ouest* publie la première histoire du *Petit Nicolas* , en 1959. Les lecteurs sont ravis. Les éditions Denoël font paraître cinq recueils de ses aventures, jusqu'en 1965. Dans le fond, le petit Nicolas possède cette vigueur enfantine et en même temps cette fragilité, cette émotion, qui en font un archétype si puissant de l'enfance. En 1962, les mêmes éditions publient son premier album de dessins humoristiques, Rien n'est simple, le premier d'une longue série. Une trentaine de recueils vont suivre au fil des décennies. Sempé, dessinateur de plus en plus reconnu, multiplie alors les expositions de ses oeuvres, ainsi que de nombreuses collaborations dans la presse en France et à l'étranger.

À la conquête de New York

Dans la foulée, son éditeur Alex Grall lui fait découvrir New York. Nous sommes en 1965, Sempé arpente la ville pendant quinze jours. New York, il la dessinera portant un regard gentiment moqueur sur la foule qui se débat dans l'immensité d'une ville. Ses personnages sont minuscules, mais Sempé ne les regarde jamais de haut. Il dessine aussi son gigantisme, l'énergie de sa population composite, ses artistes. Et toujours, il les croque avec justesse, avec délicatesse, avec toute l'acuité du regard qui perce à jour les arcanes de l'âme humaine.

Un immeuble cependant attire son attention, celui du *New Yorker* , l'exigeant magazine qui depuis 1925 célèbre le dessin d'humour. Impressionné, il passe plusieurs fois devant sans oser y pénétrer. Depuis que son ami Chaval lui en a parlé, qu'il a feuilleté le journal à l'ambassade des États-Unis à Bordeaux, sans oublier la recommandation de son ami Goscinny, Sempé ambitionne d'intégrer la famille des dessinateurs du *New Yorker* . Le rêve se réalise en 1978. Le 14 août, le *New Yorker* fait sa couverture en publiant le dessin d'un homme au corps d'oiseau qui hésite à prendre son envol, sur le rebord d'une fenêtre. La première de plus d'une centaine de couvertures.

À lire aussi Jean-Jacques Sempé, une anthologie à l'humour providentiel

Tour à tour gaies et mélancoliques, en couleur et sans légende, ces illustrations issues directement de son imagination, dévoilent une autre facette de son immense talent. Celui de réaliser une image qui, à elle seule, raconte une histoire, rend évidente la poésie du quotidien et invite le lecteur à l'introspection. Le succès de sa collaboration avec le *New Yorker* représente une apothéose comparable au succès de l'année 1962, lorsqu'il publie son premier album de dessins humoristiques. Celui qui a fait de l'humour une bénédiction a réussi l'exploit de mener une carrière aussi florissante en France qu'aux USA: « *L'humour est une façon de considérer le monde et de dire sans dire. Une forme d'impuissance, comme si on ne pouvait pas faire autrement, que l'on n'avait que cela pour se défendre* », déclarait le créateur du *Petit Nicolas* au *Figaro* , en 2017.

Souvent Sempé donnait ses rendez-vous au bar de l'hôtel Lutétia. Au milieu d'une foule nourrie, l'oeil aux aguets, il aimait observer cette « *comédie humaine* » des clients insouciants bien assis dans les confortables fauteuils club de ce lieu à l'ameublement Arts déco, en sirotant un Américano. « *Parfois, sur un gag, on est obligé d'appuyer ses effets, racontait-il. Je trouve ça un peu vulgaire, mais c'est une des servitudes du dessin d'humour. Évidemment, je m'y soumets. Mais je souffre énormément !* » Il était comme ça, Sempé. Discret jusqu'à l'effacement. Attentif jusqu'à la rêverie. Silencieux jusqu'à l'élégance. Un gentil gentleman un peu perdu dans le monde bruyant de la capitale.

Les foules mouvantes que dessinait Sempé laissent toujours apparaître un personnage solitaire. Dans ses dernières illustrations, il montrait également des gens marchant dans la rue, le téléphone portable collé à l'oreille. Même s'il se défendait bec et ongles d'être un tant soit peu sociologue, ses illustrations incomparables soulignaient les travers de l'époque. « *Je me suis aperçu que le portable a tout changé dans les rues, remarquait-il doucement. Les gens n'ont plus la même façon de marcher, ils n'ont plus le même air. Il y a moins de flâneurs. À la réflexion, tout cela a quelque chose de drôle et parfois*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

même de touchant. »

Parfois les confidences de Sempé se faisaient plus mordantes. Il ne rechignait pas à épingler certains ridicules, quitte à se montrer assez féroce avec ces contemporains, qualifiant Picasso « *d'imbécile complet* ». *«Quand il déclare: " Je suis allé au communisme comme à une source d'eau fraîche. Non mais quel connard !»,* déclarait-il dans nos colonnes, en 2017. Bien sûr que l'eau était fraîche, elle venait de Sibérie où l'on tuait un bon millier de pauvres gens par jour. De telles bêtises, c'est accablant. De la même manière, Jean-Paul Sartre, qui avait déclaré en rentrant confortablement de Russie, où il avait été très bien accueilli : « *Tout anticommuniste est un chien.* » Ce type dirige la pensée française de l'époque. C'est quand même impensable...» Pourtant Sempé ne fera jamais étalage de ses opinions dans ses dessins. Pour lui, « *l'humour n'a jamais été fait pour attaquer.* »

Créateur de Marcellin Caillou et Raoul Taburin

Créateur de Marcellin Caillou, de Raoul Taburin (adapté au cinéma en 2019 par Pierre Godeau avec Benoît Poelvoorde dans le rôle-titre), ou encore de Monsieur Lambert, Sempé aura allié toute sa vie son talent d'observateur à un formidable sens du dérisoire. Outre ses propres albums, il a illustré Catherine Certitude de Patrick Modiano ou encore L'Histoire de Monsieur Sommer, de Patrick Süskind.

Les honneurs viendront rassurer cet éternel inquiet, toujours insatisfait de sa production. En 2006, il est fait Commandeur des Arts et des
Lettres
. En 2014, la Monnaie de Paris met en vente des pièces imaginées par l'artiste. Avec un vélo en tandem pour symboliser l'égalité, un cycliste qui lâche les mains du guidon pour la liberté et une sortie en groupe pour la fraternité. En novembre 2019, L'atelier Grognard, cette ancienne fabrique de Rueil-Malmaison transformée en lieu culturel à Rueil-Malmaison, lui aura également consacré une rétrospective. Loin du tumulte de l'actualité, près de 300 dessins originaux exaltaient toujours cette poésie du quotidien, nos travers pointés avec bienveillance, nos fragilités.

Finalement, Sempé restera sans doute l'un des dessinateurs humoristes les plus discrets de la profession. Pour tout dire, une énigme, un personnage rétif à la moindre introspection. Dans l'intimité, il avait l'habitude de comparer les journalistes qui faisaient son portrait à des « *chenapans qui auraient voulu savoir comment fonctionne le réveille-matin de grand-papa. Ne sachant pas comment tournent les aiguilles, ils se saisissent d'un marteau et cassent l'appareil. Une fois leur curiosité satisfaite, ils laissent tout en plan. Moi, je ne me sens pas l'âme d'un réveille-matin!* » Alors Sempé aura passé son existence sur la réserve, ne disant rien ou presque.

Tout ce qu'il pensait, il le dessinait, album après album... Il aura ainsi dressé un portrait sans concession de notre société française sur sept décennies. Mais toujours avec élégance, poésie et un graphisme qui tendait vers l'épure. La devise préférée de Sempé était : « *L'homme est un animal inconsolable et gai.* » Essayons de prendre la triste nouvelle de sa mort avec le sourire, même si elle nous laisse inconsolable.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LADEPECHE.fr

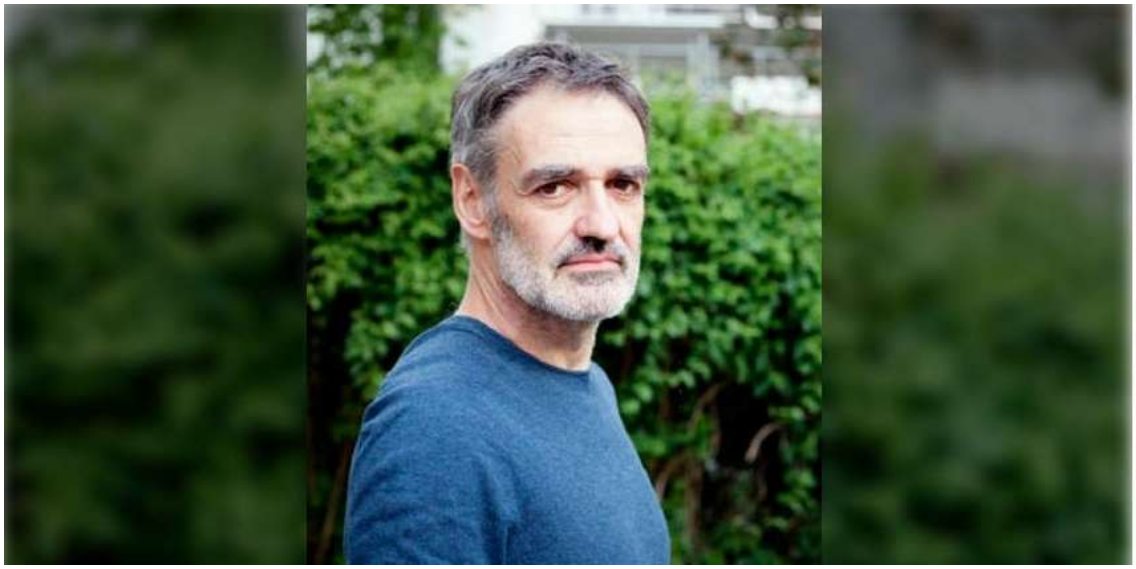
Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **8576494**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

16 Aout 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **6207**

www.ladepeche.fr

Visualiser l'article

Philippe Dupuy, grand invité des Rencontres Chaland 2022



Philippe Dupuy sera l'invité d'honneur des Rencontres Chaland. Photo Renaud Montfourny Rencontres Chaland

Ecrivain à succès, Didier Pasamonik a délivré un superbe portrait de Philippe Dupuy pour annoncer la nomination de ce dernier comme invité d'honneur des Rencontres Chaland, le 1 et 2 octobre.

Né le 15 décembre 1960 à Sainte-Adresse, Philippe Dupuy sort à peine de l'École nationale supérieure des Arts décoratifs, où il est l'élève du célèbre critique d'art Pierre Cabanne, qu'il publie ses premières bandes dessinées dans le mensuel "Aïe !" en 1980 dirigé par Jean-Claude de la Royère et publié par André Leborgne, grande figure du fanzinat de l'époque. Il fait la rencontre de Charles Berberian quelque temps plus tard pour une association dans la production de bandes dessinées et de travaux publicitaires, longtemps active jusqu'en 2008, sous la signature commune de Dupuy-Berberian.
iframe : redir.opoint.com

Le moment Dupuy-Berberian

Leur travail commun est caractéristique d'une certaine vague de la bande dessinée des années 1980 : un dessin simple, joueur avec le design, qui puise ses références dans les grands noms de l'École belge, mais aussi des grands illustrateurs de l'École de Paris des années 1930 ou des grands affichistes comme Savignac.

Ils publient leur premier ouvrage, "Petit peintre" dans la collection Atomium de l'éditeur belge Magic-Strip. Leur dessin clair, limpide, direct leur vaut, à l'exemple de leur ami Yves Chaland, de figurer parmi les artistes les plus appréciés par la publicité. Leurs illustrations pour le marchand de **vin Nicolas** font partie de l'histoire graphique très prestigieuse de la marque. En 1989, "Le Journal d'Henriette", une série qu'ils dessinent pour la revue Fluide Glacial depuis 1985, remporte l'Alph-Art coup de coeur au festival d'Angoulême. Ils obtiennent à nouveau en 1999, le prix du meilleur album à Angoulême pour "Monsieur Jean", une série intimiste publiée aux Humanoïdes Associés qui contribue à l'émergence de l'autofiction et du

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

récit autobiographique qui fera fureur dans les années 1990. Dans la foulée, ils remportent en 2003, un Inkpot Award aux États-Unis. Dupuy-Berberian constituent un bon exemple de ces auteurs de la génération des années 1980 qui a fait la jonction avec la nouvelle donne contemporaine publiant à l'Association "Le Journal d'un album" et quelques carnets de voyage chez Cornélius. Ils sont élus en 2008 à l'Académie des Grands Prix à l'occasion de la 35e édition de Festival International de la Bande Dessinée d'Angoulême, la plus haute distinction de la bande dessinée française.

Même si elle est conséquente, l'association Dupuy-Berberian ne résume pas à elle seule la carrière de Philippe Dupuy. Il écrit et dessine seul, lors d'une première parenthèse solo du duo, Hanté en 2005, un album très personnel qui sera nommé pour le prix du meilleur album du Festival d'Angoulême 2006.

Suivront d'autres ouvrages, écrits et dessinés seuls ou en collaboration avec l'écrivaine et scénariste Loo Hui Phang, ou encore le tout récent "Mon papa dessine des femmes nues" en partie dessiné avec son fils Hippolyte.

Une réflexion sur l'art

"Les choses ont énormément évolué dans mon travail. Cela n'a pas toujours été compris, mais j'ai interrompu un moment mon travail avec Charles Berberian parce que je sentais que le duo ne pouvait pas me permettre d'explorer tout ce que je voulais faire et je voulais avoir du temps devant moi pour le réaliser. C'est dans ces moments-là qu'il faut savoir regarder autrement. Il n'y a aucun reniement. J'ai cherché à prendre une tout autre direction dans mon travail en bande dessinée mais aussi en créant des installations, en imaginant autrement des expositions, en allant vers la performance. Aller dans d'autres domaines artistiques, travailler avec d'autres artistes..." C'est ce qu'il fait en 2012, dans ses dessins pour "Memories of the Missing Room", spectacle musical du groupe Moriarty mis en scène par Marc Laîné mais aussi en partageant la scène avec David Prudhomme, Pierre Bastien, Stéphan Oliva ou Dominique A. En 2016, son ouvrage, "Une histoire de l'art", fait sensation. Conçu au départ pour une lecture en ligne sur la plateforme numérique Professeur Cyclope, Philippe Dupuy y fait un retour profond sur son rapport à la création en convoquant, au travers du souvenir de ses émotions artistiques, grands savants et grands créateurs dans un impressionnant leporello de 23 mètres recto verso, une balade érudite dans l'histoire de l'art !

Son ouvrage, "J'aurais voulu faire de la bande dessinée" procède d'une démarche semblable : c'est un dialogue avec deux musiciens, le chanteur Dominique A et le pianiste de jazz Stéphan Oliva, qui auraient aimé faire de la bande dessinée avant d'opter pour la musique. C'est l'occasion d'un dialogue sur le processus de création, sur le rapport entre la ligne graphique et la ligne musicale, mais ponctué de réflexions sur sa propre vocation d'artiste, émaillées de souvenirs d'enfance. Un objet poétique à nul autre pareil. "Mon travail récent, dit Philippe Dupuy, que ce soit ‘L'histoire de l'art'chez Aire Libre/Dupuis ou l'album avec Dominique A et Stéphan Oliva, parle beaucoup de création. Cela ne concerne pas que les artistes : chacun dans son travail peut se demander pourquoi et comment il fait les choses."

Où en est actuellement la bande dessinée, comment est-elle perçue, comment elle le fait avancer au quotidien ? Ce sont ces interrogations-mêmes qui sont au coeur de sa démarche aujourd'hui et que l'on découvrira aux Rencontres Chaland 2022 de Nérac.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Le Petit Bleu D'AGEN

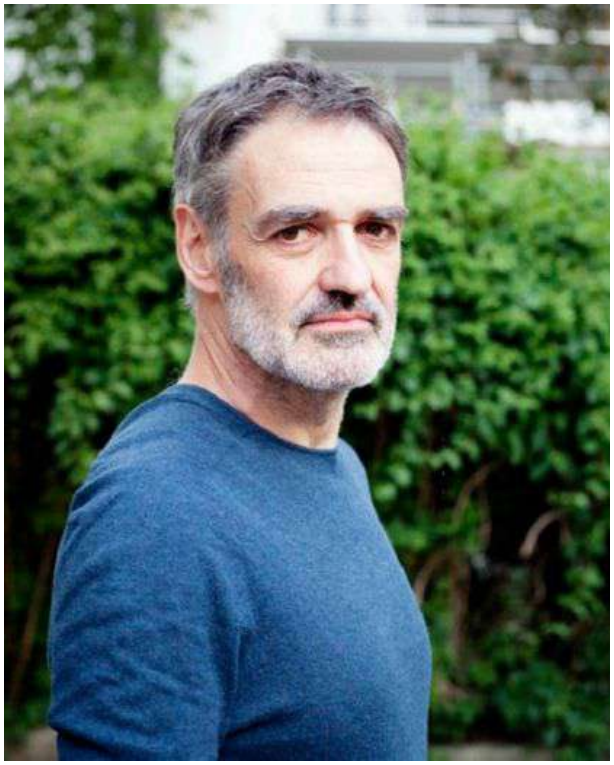
Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **138243**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

16 Aout 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **6028**

www.petitbleu.fr

Visualiser l'article

Philippe Dupuy, grand invité des Rencontres Chaland 2022



Philippe Dupuy sera l'invité d'honneur des Rencontres Chaland. Photo Renaud Montfourny Rencontres Chaland

Ecrivain à succès, Didier Pasamonik a délivré un superbe portrait de Philippe Dupuy pour annoncer la nomination de ce dernier comme invité d'honneur des Rencontres Chaland, le 1 et 2 octobre.

Né le 15 décembre 1960 à Sainte-Adresse, Philippe Dupuy sort à peine de l'École nationale supérieure des Arts décoratifs, où il est l'élève du célèbre critique d'art Pierre Cabanne, qu'il publie ses premières bandes dessinées dans le mensuel "Aïe !" en 1980 dirigé par Jean-Claude de la Royère et publié par André Leborgne, grande figure du fanzinat de l'époque. Il fait la rencontre de Charles Berberian quelque temps plus tard pour une association dans la production de bandes dessinées et de travaux publicitaires, longtemps active jusqu'en 2008, sous la signature commune de Dupuy-Berberian.

Le moment Dupuy-Berberian

Leur travail commun est caractéristique d'une certaine vague de la bande dessinée des années 1980 : un dessin simple, joueur avec le design, qui puise ses références dans les grands noms de l'École belge, mais aussi des grands illustrateurs de l'École de Paris des années 1930 ou des grands affichistes comme Savignac.

Ils publient leur premier ouvrage, "Petit peintre" dans la collection Atomium de l'éditeur belge Magic-Strip. Leur dessin clair, limpide, direct leur vaut, à l'exemple de leur ami Yves Chaland, de figurer parmi les artistes les plus appréciés par la publicité. Leurs illustrations pour le marchand de vin Nicolas font partie de l'histoire graphique très prestigieuse de la marque.

0swwolapeJJSRFOthcM-95lexjOls3lu-iyL29JJCieqwDyAP4vSFJyeNkB-G2S07vjyDtOI2u2elWuXl1GfjYwMmYy

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

En 1989, "Le Journal d'Henriette", une série qu'ils dessinent pour la revue Fluide Glacial depuis 1985, remporte l'Alph-Art coup de coeur au festival d'Angoulême. Ils obtiennent à nouveau en 1999, le prix du meilleur album à Angoulême pour "Monsieur Jean", une série intimiste publiée aux Humanoïdes Associés qui contribue à l'émergence de l'autofiction et du récit autobiographique qui fera fureur dans les années 1990. Dans la foulée, ils remportent en 2003, un Inkpot Award aux États-Unis. Dupuy-Berberian constituent un bon exemple de ces auteurs de la génération des années 1980 qui a fait la jonction avec la nouvelle donne contemporaine publiant à l'Association "Le Journal d'un album" et quelques carnets de voyage chez Cornélius. Ils sont élus en 2008 à l'Académie des Grands Prix à l'occasion de la 35e édition de Festival International de la Bande Dessinée d'Angoulême, la plus haute distinction de la bande dessinée française.

Même si elle est conséquente, l'association Dupuy-Berberian ne résume pas à elle seule la carrière de Philippe Dupuy. Il écrit et dessine seul, lors d'une première parenthèse solo du duo, Hanté en 2005, un album très personnel qui sera nommé pour le prix du meilleur album du Festival d'Angoulême 2006.

Suivront d'autres ouvrages, écrits et dessinés seuls ou en collaboration avec l'écrivaine et scénariste Loo Hui Phang, ou encore le tout récent "Mon papa dessine des femmes nues" en partie dessiné avec son fils Hippolyte.

Une réflexion sur l'art

"Les choses ont énormément évolué dans mon travail. Cela n'a pas toujours été compris, mais j'ai interrompu un moment mon travail avec Charles Berberian parce que je sentais que le duo ne pouvait pas me permettre d'explorer tout ce que je voulais faire et je voulais avoir du temps devant moi pour le réaliser. C'est dans ces moments-là qu'il faut savoir regarder autrement. Il n'y a aucun reniement. J'ai cherché à prendre une tout autre direction dans mon travail en bande dessinée mais aussi en créant des installations, en imaginant autrement des expositions, en allant vers la performance. Aller dans d'autres domaines artistiques, travailler avec d'autres artistes..." C'est ce qu'il fait en 2012, dans ses dessins pour "Memories of the Missing Room", spectacle musical du groupe Moriarty mis en scène par Marc Laîné mais aussi en partageant la scène avec David Prudhomme, Pierre Bastien, Stéphan Oliva ou Dominique A. En 2016, son ouvrage, "Une histoire de l'art", fait sensation. Conçu au départ pour une lecture en ligne sur la plateforme numérique Professeur Cyclope, Philippe Dupuy y fait un retour profond sur son rapport à la création en convoquant, au travers du souvenir de ses émotions artistiques, grands savants et grands créateurs dans un impressionnant leporello de 23 mètres recto verso, une balade érudite dans l'histoire de l'art !

Son ouvrage, "J'aurais voulu faire de la bande dessinée" procède d'une démarche semblable : c'est un dialogue avec deux musiciens, le chanteur Dominique A et le pianiste de jazz Stéphan Oliva, qui auraient aimé faire de la bande dessinée avant d'opter pour la musique. C'est l'occasion d'un dialogue sur le processus de création, sur le rapport entre la ligne graphique et la ligne musicale, mais ponctué de réflexions sur sa propre vocation d'artiste, émaillées de souvenirs d'enfance. Un objet poétique à nul autre pareil. "Mon travail récent, dit Philippe Dupuy, que ce soit 'L'histoire de l'art' Aire Libre/Dupuis ou l'album avec Dominique A et Stéphan Oliva, parle beaucoup de création. Cela ne concerne pas que les artistes : chacun dans son travail peut se demander pourquoi et comment il fait les choses."

Où en est actuellement la bande dessinée, comment est-elle perçue, comment elle le fait avancer au quotidien ? Ce sont ces interrogations-mêmes qui sont au coeur de sa démarche aujourd'hui et que l'on découvrira aux Rencontres Chaland 2022 de Nérac.

0swwolapeJjSRFOthcM-95lexjOls3lu-iyL29JJCieqwDyAP4vSFJyeNkB-G2S07vjyDtOI2u2elWuXl1GfjYwMmYy

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

SUD OUEST
www.sudouest.com

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **1015000**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **18 aout 2022 P.11**
Journalistes : **Jean-Marc Lernould**
Nombre de mots : **409**

RENCONTRES CHALAND

Le dessinateur Philippe Dupuy en couverture

Connu entre autres pour son tandem avec Berberian, il sera l'invité d'honneur les 1er et 2 octobre, à Nérac

Jean-Marc Lernould
jm.lernould@sudouest.fr

La ligne est toujours aussi claire aux Rencontres Chaland, qui auront lieu cette année les 1er et 2 octobre. Un week-end consacré à la bande dessinée dont l'invité d'honneur sera le dessinateur Philippe Dupuy. Cette édition permettra de visiter trois expositions jusqu'au 6 novembre.

Cette année encore, Les Rencontres Chaland se tiendront dans l'ancienne sous-préfecture de Nérac, à l'exception des master classes et tables rondes, des séances de cinéma qui sont toujours accueillies par le cinéma Le Margot, de l'exposition « Univers Chaland » qui se tiendra à la Galerie Padma et du concert dessiné à l'Espace d'Albret.

En duo et solo

L'exposition « Philippe Dupuy, de la bande dessinée comme l'un des beaux-arts », se tiendra à l'ancienne sous-préfecture, et reviendra sur le parcours du sexagénaire, qui a débuté par l'École nationale supérieure des Arts décoratifs. Dans les années 1980, il fait la rencontre de Charles Berberian pour une association dans la production de bandes dessinées et de travaux publicitaires, longtemps active jusqu'en 2008. « Leur dessin clair, limpide, direct leur vaut, à l'exemple de leur ami Yves Chaland, de figurer parmi les artistes les plus appréciés par la publicité. Leurs illustrations pour le marchand de vin Nicolas font partie de l'histoire graphique très prestigieuse de la marque », rappelle le critique BD Didier Pasamonik.

Philippe Dupuy animera, entre autres, une master classe. « SUD OUEST »

Philippe Dupuy réalise également une carrière avec d'autres collaborateurs, ou solo, dont « J'aurais voulu faire de la bande dessinée » (avec Dominique A et Stéphan Oliva), et « Mon papa dessine des femmes nues », paru cette année.

> « Leur dessin clair, limpide, direct leur vaut de figurer parmi les artistes les plus appréciés par la publicité »

Il participera à Nérac à une master classe, d'autres étant prévues avec les auteurs Loo Hui Phang, Frédéric Poincelet, et David Prudhomme (« À cheval entre art et bande dessinée »), ou encore Laurent Durieux, David Merveille et Jean-Marc Fiess (« De l'écran au papier »).

De multiples animations compléteront ces deux journées, avec des ateliers, un concert dessiné d'Albin de la Simone et Thomas Baas, et bien sûr un retour sur l'univers de Chaland.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6073353600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Collectionneur & Chineur HORS-SÉRIE

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Irrégulière**

Audience : **N.C.**

Sujet du média : **Culture/Arts littérature et culture générale**

Edition : **Aout - octobre 2022 P.66**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **148**

PUBLICITE

COMBIEN ÇA COÛTE ?

Les objets de pub autour du vin

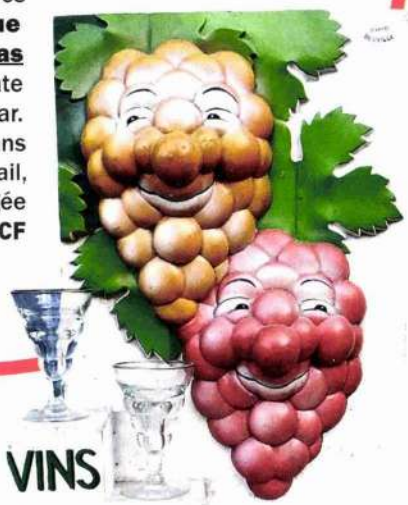
◗ Prévoyez quelques euros pour un **buvard,** un **double décimètre en bois** ou un **porte-clés** contre 10 € environpour un **cendrier** et 15 € environ pour une **bouteille sérigraphiée.**

◗ Comptez 10 à 15 € pour une **étiquette de Mouton-Rothschild** illustrée par un artiste.

◗ Un **glaçoïde** s'apprécie pour 20 à 30 €.

◗ Il est nécessaire d'engager 600 € environ pour une **plaque émaillée des Vins du Postillon** ou 850 € environ pour une **enseigne double face du vin Le Cep Vermeil.**

◗ L'étude Salorges Enchères a vendu, en 2021, une **plaque émaillée des Vins Nicolas** (dim. 97 x 146 cm) plate à rebords figurant le livreur Nectar. Réalisée dans les années 20 par Ferro-Émail, celle-ci a été adjugée 31 500 € (hors frais). • **CF**



Plâtre publicitaire pour les vins G.R.A.P., d'après Beuville. Années 30. ▶

Ph. DR

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

REVUE DE PRESSE NICOLAS

SEPTEMBRE

Omnicom Public Relations Group

CORPORATE

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

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

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Du 02 au 08 septembre 2022 P.5**
Journalistes : **Thomas Gueller**
Nombre de mots : **227**

DISTRIBUTION

Nicolas retarde son projet américain mais accélère aux Antilles

FRANCE

À la tête de 556 boutiques, dont 310 en Île-de-France et près de 170 à Paris, Nicolas estime avoir fait le plein en France. Une partie du développement de l'enseigne se joue désormais à l'international où, culture d'entreprise oblige, il a démarré avec prudence. Cela s'est d'abord fait dans les pays limitrophes (Royaume-Uni, Belgique, Suisse...), avant d'aller plus loin, comme, en octobre 2019, l'ouverture d'une 1re boutique à Taïwan. « *En dehors de la Suisse où nous avons une filiale, tous ces développements s'effectuent par le biais de franchises, même si, au Maroc et à La Réunion, notre franchisé s'avère être notre maison mère, le groupe Castel*, explique Christopher Hermelin, en charge du marketing et de la communication. *Ce sont des processus longs et engageants, ce qui explique que notre projet d'ouvrir à partir de début 2023 des corners Nicolas dans des aéroports américains, puis, dans un deuxième temps, un flagship à Miami, va être retardé d'au moins six mois en raison du contexte géopolitique et inflationniste qui impacte le business plan de notre partenaire.* » L'enseigne, décidée néanmoins à sortir de sa « zone de confort », s'implante également dans la zone Caraïbes ainsi qu'en Amérique du Sud. Des ouvertures sont d'ores et déjà annoncées pour cet automne en Guadeloupe et en Martinique. ■ ***Thomas Gueller***

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Le Point

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **1804000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **08 septembre 2022 P.22-27**

Journalistes : **EDGAR REMI**

Nombre de mots : **3201**

SPÉCIAL VINS

25 sites au banc d'essai

Coup d'accélérateur, la crise sanitaire a permis aux plateformes d'e-commerce de faire la preuve de leur sérieux. PAR EDGAR REMI

Les confinements auront été l'occasion pour de nombreux consommateurs de s'essayer aux achats en ligne et de les adopter. En 2022, 41 % des acheteurs français de vin ont commandé au moins un vin en ligne, d'après le baromètre de l'agence Sowine et du sondeur Dynata. Sans revenir au niveau record des confinements de 2021, avec 46 % d'acheteurs sur Internet, l'e-commerce des vins se maintient à un haut niveau par rapport à 2019, où seulement 31 % des consommateurs avaient acheté en ligne.

« Il y a eu accélération phénoménale pendant le premier confinement : seules les boutiques en ligne étaient ouvertes 24 heures/24 », analyse Laurent David, le président de la Wine Tech (association française des start-up du vin). Alors que le mode de consommation de vin reste profondément traditionnel en France, le cyberachat de vin a tenté de nouveaux clients, ils y ont trouvé des avantages (une offre quasi illimitée avec une transparence facilitée sur les prix et la possibilité d'avoir des retours de consommateurs) et des garanties (délais d'expéditions raccourcis, limitation du risque de casse...). De quoi rassurer, et amener à de nouveaux achats grâce à la politique commerciale de ces opérateurs (fréquents mails de nouveautés et de ventes spéciales, etc.). *« Quand on a acheté une première fois en ligne, c'est plus facile pour se lancer la deuxième fois »*, résume Laurent David.

Pour les vins en ligne, la crise du Covid est arrivée au bon moment : le service était mûr, avec des sites optimisés, une offre pléthorique, des emballages résistants, une logistique éprouvée... *« Nous n'avons pas les moyens de nous aligner, mais nos clients ont les mêmes attentes de services pour nos sites que pour une commande Amazon »*, glisse un négociant bordelais actif en ligne. Après plusieurs années de développement, l'e-commerce du vin marque le pas. *« Il y a une décroissance par rapport à 2021, mais cela reste positif par rapport à 2020 »*, précise le consultant Martin Cubertafond, spécialiste de la distribution. *« Il y a un coup de frein, mais Internet a atteint une taille critique et va rester un canal majeur pour le vin »*, prédit le maître de conférences sur les stratégies d'entreprises à Sciences Po Paris, pour qui les ventes en ligne avoisinent désormais 10 % du commerce français des vins en valeur. *« Ce canal est pérenne, il répond aux attentes des consommateurs qui achètent selon leurs besoins en ligne, ou chez un caviste, ou dans la grande distribution »*, liste Martin Cubertafond.

D'après le baromètre Sowine/Dynata, le cyberachat de vin concerne majoritairement les jeunes (55 % chez les 18 à 25 ans et 53 % chez les 26 à 35 ans) et les « connaisseurs/experts en vin » (qui représentent le quart des principaux acheteurs de vin en ligne, alors qu'ils sont 4 % des sondés). Plus connectés, les jeunes sont logiquement plus à l'aise avec le numérique et ses options d'achat. De leur côté, les amateurs éclairés peuvent mettre à profit leurs connaissances pour ne pas se noyer dans les pages de références de vins qui inondent les sites spécialisés. Il est d'autant plus difficile de s'y retrouver que la profusion d'offres tient parfois plus de la mousse que de la houle menant vers de nouveaux rivages viticoles, comme le montre notre banc d'essai ■

VEDRANA SUCIC/GETTY IMAGES/EYEEM

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0649263600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Les sites testés

Qui a dit que la vente par correspondance (VPC) était morte ? Pas dans la filière vin, en tout cas, qui voit se multiplier les canaux de distribution en ligne. Recherchez sur Internet un nom de vigneron réputé ou de cuvée recherchée et vous verrez la profusion de sites disponibles... Ils ne proposent pas forcément lesdites références, car les règles du référencement Web relèvent de la loi de la jungle. Les opérateurs échantillonnés tiennent de trois familles : les sites de ventes privées, les cavistes 100 % en ligne, les *pure players* et les cavistes traditionnels proposant des ventes sur Internet. Sont exclus les sites généralistes, type Amazon, les sites de la grande distribution et les offres de vin sur abonnement (Le Petit Ballon, Chais d'œuvre...). Sans parler des sites de déstockage, ou même des plateformes de ventes aux enchères. La plupart des plateformes présentent globalement la même offre tarifaire (en moyenne 8 euros de port pour deux colis) et des services similaires en termes de réactivité, suivi des commandes, diligence et sérieux dans les emballages (cartons renforcés et emballages spécifiques assurent la protection des bouteilles). Réalisées par des prestataires, les livraisons sont à refuser en cas de colis visiblement endommagé et de bouteilles cassées. Pour aider l'amateur de vin à choisir un site plutôt qu'un autre, sont testées ici la simplicité d'utilisation, l'aide à l'achat et la diversité de la sélection : en la matière, le nombre de références mises en avant tient souvent plus de la quantité que de la qualité.

1 JOUR 1 VIN

LE BAZAR AUX BONNES AFFAIRES

www.1jour1vin.com

Site de ventes privées, 1 jour 1 vin n'est accessible qu'aux personnes inscrites. La plateforme présente la succession de ventes en cours qui donnent rapidement accès à une sélection très variée, évidemment *« dans la limite des stocks disponibles »*. Un fourre-tout pour le moins éclectique, du grand cru bordelais au « vin orange » venu d'Alsace. L'offre manque quelque peu d'identité, mais le plaisir de l'amateur de vin est ici de trouver des petits prix. Côté dégustation : des éléments synthétiques sur les moments de consommation et de nombreuses informations (avec des médailles pas forcément sur le millésime en vente...). On peut commander à partir d'une bouteille, mais le site incite à l'achat de masse avec des tarifs dégressifs pour les frais d'expédition et possibilité de regrouper les commandes. C'est une agréable foire aux vins perpétuelle, mais cela implique de recevoir un mail par jour pour connaître les promotions.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0649263600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

CHATEAUNET

LA PLACE DE BORDEAUX

www.chateaunet.com

La preuve que l'on peut être à la fois bordelais et dans le coup. Le site de vente en ligne du groupe Duclot (famille Moueix, propriétaire du Château Petrus, à Pomerol) présente l'une des pages d'accueil les plus modernes de la place. Aisée, même sur mobile, sa navigation laisse forcément la part belle aux vins de Bordeaux. Le négociant propose toute la gamme des crus bordelais : millésimes passés ou en primeur (en prévente sur le site Chateauprimeur intégré). S'y ajoutent grands noms de Champagne, grands crus de Bourgogne, belles étiquettes de Californie et d'Italie... On trouve également des propriétés et appellations plus abordables, avec un accent très bordelais sans être exhaustif et un choix intéressant de vins d'Alsace, du Jura, de Mâcon ou de Provence. Des fiches fournissent l'essentiel des informations, avec des précisions sur les équilibres, les domaines et les accords possibles. Le site tente le robot d'assistance en ligne, Hector, un chatbot caviste qui tient du gadget sympathique avec des conseils selon des mots-clés. Chateaunet donne accès à la cave d'un grand négociant bordelais, au bon goût classique, mais l'offre hors Bordeaux semble parfois limitée.

LA GRANDE CAVE

100 % BORDEAUX

www.lagrandecave.fr

Plateforme de vente appartenant à la famille de négociants bordelais Castéja (propriétaire de grands crus classés). L'offre, diversifiée, se veut moderne et axée sur la pédagogie (pour qui souhaite devenir un cador de bordeaux).

CLOS 19

LE HAUT DE GAMME REVENDIQUÉ

www.clos19.com

Sélection de champagnes, grands crus et cognacs du groupe Louis Vuitton Moët Hennessy (LVMH). S'il permet d'être certain de l'origine des grands vins et cognacs, ce site n'évite pas les ruptures de stock sur les éditions les plus limitées.

> La preuve que l'on peut être à la fois bordelais et dans le coup. Chateaunet présente l'une des pages d'accueil les plus modernes de la place.

TWIL (POUR THE WINE I LOVE)

L'EFFICACITÉ AVANT TOUT

www.twil.fr

Site à la présentation soignée et à la sélection variée, mettant plus en avant les occasions de consommation et les offres promotionnelles que l'habituelle liste des régions viticoles. Après la chute du site de « mévente » en ligne 1855.com, l'adresse ChateauOnline.com est redirigée vers Twil.

MEILLEURS VINS BIO

COMME SON NOM L'INDIQUE

www.meilleursvinsbio.com

Spécialiste dans les vins certifiés en agriculture biologique, mais pas que, avec des vins en biodynamie, kasher, végétaliens, sans soufre ajouté... La plateforme propose aussi des formations consacrées au bio dans sa cave parisienne (17e).

WINEANDCO

LA TRADITION D'UN NÉGOCIANT BORDELAIS

www.wineandco.com

Avec une page d'accueil un peu vieillotte dans sa structure, mais dont on peut apprécier l'épure par rapport à la concurrence. Beaucoup de noms classiques du Bordelais, négoces et châteaux, avec d'autres vins abordables et de grands noms de régions françaises comme la Bourgogne, la Champagne ou le Rhône, et de vignobles étrangers. Bref, un classicisme bordelais qui surprendra peu, mais qui aura le mérite de rassurer le client. L'accent est mis sur les vins certifiés en bio et biodynamie. On apprécie la diversité de l'offre : de l'appellation régionale aux grands crus classés, plusieurs contenants, jusqu'aux mathusalems et jéroboams et des millésimes parfois très anciens (l'idéal pour un anniversaire). Les fiches d'accompagnement se montrent assez succinctes, donnant notamment des idées de moments de consommation, et les notes de critiques. Des pictogrammes synthétisent les profils des vins (fruité, boisé...). Sont possibles la livraison à domicile dans la journée ou le retrait dans le réseau de cavistes du Repaire de Bacchus (lequel ne vend plus en ligne). Ce site mériterait cependant un coup de jeune.

MARIA TOUTOUDAKI/GETTY IMAGES - JAG_CZ/GETTY IMAGES/ISTOCKPHOTO - MARKSWALLOW/GETTY IMAGES

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0649263600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

VINATIS

LES PRIX ET LE FOUILLIS DU WEB

www.vinatis.com

Revendiquant les *« meilleurs prix du Net »*, la proposition relève davantage de l'offre massive des rayons des grandes surfaces que de la sélection et du conseil aux petits oignons d'un commerçant de proximité. Mieux vaut avoir une idée assez précise de ce que l'on souhaite plutôt que se lancer au petit bonheur la chance dans ce labyrinthe. L'ensemble donne une impression de désengagement du site dans sa sélection, au profit d'une quête de petits prix. On y trouve un lien vers un partenaire proposant de la cryothérapie résumant bien le côté fouillis du site. Pour conseiller l'acheteur, on passe des accords mets et vins à l'horoscope, mais aussi un *chat* en ligne pour poser des questions à d'autres utilisateurs du site… ce qui rend l'exercice moins rassurant que d'interpeller un caviste dans son échoppe. Les fiches de dégustation sont complètes, avec une bonne idée, celle d'indiquer une date de consommation optimale. Les propositions pour les accords mets et vins sont également bien diversifiées. Vinatis offre de nombreux choix possibles de livraison. Le site demeure intéressant par ses nombreuses offres promotionnelles (étiquettes abîmées, ventes flash, livraison offerte…).

INTERCAVES

LA VITRINE DE LA CHAÎNE

www.intercaves.fr

Le site ressemble à un catalogue un peu trop touffu, amenant à privilégier le passage en magasin. À noter des offres de BIB et de sans-alcool.

VIN-MALIN

LA BOURGOGNE D'ABORD

www.vin-malin.fr

Riche en grands vins de Bourgogne, le site (situé à Meursault) propose également une sélection importante de vins du monde entier, avec d'anciens millésimes et de nombreux vins en bio et biodynamie.

VEEPEE (EX-VENTE-PRIVEE.COM)

POUR LES VENTES ÉVÉNEMENTIELLES

www.veepee.fr

Site généraliste proposant des ventes éphémères de vin, avec des foires aux vins saisonnières pour gonfler cette offre en croissance.

TANNICO

LA BELLE VITRINE DES VINS ITALIENS

www.tannico.fr

Basé à Milan, ce site s'est fait une spécialité des vins italiens, mais avec d'intéressantes références françaises depuis le rapprochement avec Vente À La Propriété. Tannico appartient à 50/50 aux groupes Campari et LVMH.

CAVISSIMA

DES ACHATS QUI RAPPORTENT

www.cavissima.com

Proposant des *« petits prix »*, le site met surtout en avant son potentiel d'investissement. La plateforme propose la création d'une cave virtuelle (les vins sont conservés à Beaune) dans le but d'une revente avec profit (non assuré). Les fiches de dégustation des vins sont ainsi placées au second plan, derrière les évolutions des prix depuis leurs sorties. De l'e-trading plus que de l'e-commerce.

On y trouve du pécharmant et du saint-chinian, comme du chignin et du ratafia, ce qui est plutôt rare.

DUBECQ

LE CATALOGUE ÉTOFFÉ D'UN NÉGOCE BORDELAIS

www.dubecq.com

Site de la maison éponyme, il propose les crus bordelais les plus recherchés en primeur, de bons rapports qualité-prix en livrables (millésimes prêts à boire), ainsi que des Vins-de-France et du monde. La navigation n'y est pas des plus aisées, mais le catalogue disponible en téléchargement permet de retrouver le plaisir de feuilleter. Contenus pédagogiques et conseils pertinents.

MARCOPOLO9442/GETTY IMAGES/ISTOCKPHOTO – STEVE RACE/GETTY IMAGES/EYEEM

LES GRAPPES

UN TROMBINOSCOPE DU VIGNOBLE

www.lesgrappes.com

Rompant avec les autres sites où se bousculent les bouteilles, Les Grappes expose les visages de ses vigneronnes et vignerons dans un site très dense et très illustré. L'incarnation d'emblée des cuvées leur donne une vraie identité, confortée par les fiches de chaque domaine donnant son historique, sa localisation précise… Et même les possibilités de visites et activités sur place, au domaine. L'offre est tentaculaire, avec pour conseils en ligne un robot (chatbot) et les notes d'autres consommateurs (la communauté). Les Grappes ne propose pas à proprement parler de sélection, puisque chaque domaine peut demander la création d'une boutique. La promesse du site reste surtout l'approche en circuit court. L'expédition est réalisée par l'exploitant, par multiple de 3 bouteilles et gratuitement à partir de 6 bouteilles. On y trouve du pécharmant et du saint-chinian, comme du chignin et du ratafia, ce qui est plutôt rare. Ce sont les domaines qui fournissent les informations précises sur chaque cuvée, avec souvent des conseils de dégustation et des accords mets et vin particulièrement adaptés et efficaces.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0649263600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MILLÉSIMA

RÉSOLUMENT HAUT DE GAMME

www.millesima.fr

Ce site de négociants bordelais (famille Bernard, négoce Sobovi) propose aussi bien des grands crus en primeur que de grandes étiquettes en livrables: de Bordeaux, mais aussi de Champagne et du reste du vignoble mondial (intéressantes vidéos sur les propriétés). Par caisse de six ou en grands formats, pour des prix assez substantiels.

VENTE DIRECTE

LE RENDEZ-VOUS DES VIGNERONS INDÉPENDANTS

www.vente-directe-vigneron-independant.com

La plateforme de la Fédération française des caves particulières propose une offre très vaste, parfaite pour compléter des achats ou dégustations lors des Salons réalisés par les vignerons indépendants durant l'année. Ce site est géré par PlugWine (qui anime une place de marché réservée aux professionnels).

LE SAVOUR

UN GRAND CLASSIQUE AU GOÛT DU JOUR

www.lesavour.fr

En ayant terminé avec son activité de caviste physique, l'ancien Savour Club est passé au 100 % numérique. Coup de jeune pour ce site dynamique et ludique, appartenant au groupe de négoce Castel (qui possède également les caves Nicolas).

LA VIGNERY

LA VITRINE DES MAGASINS

www.lavignery.fr

Avec un nom franglais mêlant le vigneron et la *winery* (cave viticole pour les Anglo-Saxons), le réseau de cavistes La Vignery affiche son positionnement hybride: *«entre le caviste et la grande surface»*, comme le pose son président fondateur, Romain Mulliez (famille possédant notamment Auchan).

Toutes les régions viticoles françaises sont mises à l'honneur, mais l'ensemble paraît un peu décousu. Permettant une présence en ligne à La Vignery, ce site fait plus office de catalogue en ligne que de cybercaviste. En revanche, les fiches de dégustation se révèlent simples et efficaces, la présentation des vins va à l'essentiel, avec des pictogrammes intelligibles (goût, accord et occasion) et quelques notes de critiques, peu d'avis de consommateurs, et avis de La Vignery assez succincts. L'offre de livraison va du gratuit (avec le retrait en magasin) au modique (pour les expéditions en point relais) jusqu'à la palette entière (600 bouteilles). On apprécie la mise en lien avec la vingtaine de magasins de la franchise, notamment pour des ateliers de dégustation.

L'occasion de découvrir un vignoble méconnu (de l'Arménie à l'Uruguay) ou une appellation intimiste.

« Certains grands vins français sont aujourd'hui devenus des actifs patrimoniaux à part entière. » *iDealwine*

VINS ÉTONNANTS

L'ADRESSE QUI PORTE BIEN SON NOM

www.vins-etonnants.com

Le site idéal pour découvrir un vignoble méconnu (de l'Arménie à l'Uruguay) ou une appellation intimiste (ajaccio, bonnezeaux, cerdon...). À noter une sélection de vins orange pour les amateurs d'oxydation.

VENTE À LA PROPRIÉTÉ

DE GRANDS NOMS EN VENTE PRIVÉE

www.ventealapropriete.com

Offres éphémères avec la promesse d'une sélection validée par Olivier Poussier, meilleur sommelier du monde 2000, et Christian Martray. Expéditions par six.

NICOLAS

LES VENTES EN LIGNE DU PETIT LIVREUR

www.nicolas.com

La filiale du groupe Castel témoigne de la diversification actuelle des cavistes, où les bières et les spiritueux sont plus mis en avant que les vins. Il est possible de se connecter au stock d'un magasin pour connaître ses cuvées à disposition.

VANDB

VINS, BIÈRES ET SPIRITUEUX

www.vandb.fr

Le vin n'est qu'un élément parmi de nombreuses autres références de bières et spiritueux, ce qui a l'avantage de réduire à l'efficace la navigation, pour une sélection alternant grandes marques et domaines moins (re)connus.

GORAN IKODINOVIC/GETTY IMAGES/ISTOCKPHOTO - HALBERGMAN/GETTY IMAGES

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

iDealwine, le premier opérateur du marché secondaire

www.idealwine.com

Il n'y a pas que les sites proposant des vins de première main qui ont bénéficié des confinements pour voir leurs ventes être dopées. Sur le marché secondaire des ventes aux enchères, *« l'accélération de la digitalisation des ventes en 2020, du fait du confinement, a contribué à rendre accessibles au monde entier des ventes jusqu'alors réservées à une clientèle plus locale »*, avance dans son baromètre 2022 la plateforme spécialisée iDealwine, qui enregistre un chiffre d'affaires record en 2021 avec la mise aux enchères de 190 600 flacons pour 27,4 millions d'euros d'adjudication. Ce qui représente une hausse de 148 % de son chiffre d'affaires en cinq ans.

Depuis la crise sanitaire, *« les réflexes d'achat à distance ont été pris, et ce phénomène s'est intensifié en 2021 »*, note le baromètre, qui estime que *« certains grands vins français sont aujourd'hui devenus des actifs patrimoniaux à part entière »* dont la valorisation s'envole avec le déséquilibre entre offre et demande (notamment pour les étiquettes recherchées de Bourgogne, mais aussi du Rhône, du Val de Loire ou du Jura, sans oublier Bordeaux). *« Mécaniquement, les vins se valorisent, venant intéresser une cible d'amateurs qui s'élargit aux investisseurs attirés par le rendement potentiel de ces vins »*, avance iDealwine, bien que la situation économique rende les paris sur l'avenir encore plus incertains. Fondé en l'an 2000 par Lionel Cuenca, Cyrille Jomand et Angélique de Lencquesaing, le site revendique le titre de *« premier acteur des ventes aux enchères de vin en France »* (sur la base du rapport du Conseil des ventes), en dehors des ventes caritatives (comme les Hospices de Beaune). Lancé au départ comme un système de courtage (permettant de représenter des clients lors de ventes aux enchères physiques), le site fait partie des survivants de la première vague du Web (avant le crash des années 2000). Il continue de se développer avec la vente à prix fixé (avec un site marchand classique, représentant 30 % de l'activité en valeur en 2021) et des offres en primeurs (une nouveauté). iDealwine a mené cette année sa première vente aux enchères de vins accompagnés d'œuvres d'art sous format numérique (les fameux NFT). Pour ceux qui se posent la question, le nom iDealwine se prononce comme chacun le souhaite : à la française *« idéal »* ou à l'anglaise *« I deal »* (je vends) ■

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0649263600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Le Point

www.lepoint.fr

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**
Audience : **6678802**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

9 Septembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **21087**

Visualiser l'article

Spécial vins - 24 sites de vente en ligne au banc d'essai

Coup d'accélérateur, la crise sanitaire a permis aux plateformes d'e-commerce de vin de faire la preuve de leur sérieux. Nous les avons testées.

L es confinements auront été l'occasion pour de nombreux consommateurs de s'essayer aux achats en ligne et de les adopter. En 2022, 41 % des acheteurs français de vin ont commandé au moins un vin en ligne, d'après le baromètre de l'agence Sowine et du sondeur Dynata. Sans revenir au niveau record des confinements de 2021, avec 46 % d'acheteurs sur Internet, l'e-commerce des vins se maintient à un haut niveau par rapport à 2019, où seulement 31 % des consommateurs avaient acheté en ligne.

« Il y a eu accélération phénoménale pendant le premier confinement : seules les boutiques en ligne étaient ouvertes 24 heures/24 » , analyse Laurent David, le président de la Wine Tech (association française des start-up du vin). Alors que le mode de consommation de vin reste profondément traditionnel en France , le cyberachat de vin a tenté de nouveaux clients, ils y ont trouvé des avantages (une offre quasi illimitée avec une transparence facilitée sur les prix et la possibilité d'avoir des retours de consommateurs) et des garanties (délais d'expéditions raccourcis, limitation du risque de casse...). De quoi rassurer, et amener à de nouveaux achats grâce à la politique commerciale de ces opérateurs (fréquents mails de nouveautés et de ventes spéciales, etc.). *« Quand on a acheté une première fois en ligne, c'est plus facile pour se lancer la deuxième fois »,* résume Laurent David.

Offre pléthorique. Pour les vins en ligne, la crise du Covid est arrivée au bon moment : le service était mûr, avec des sites optimisés, une offre pléthorique, des emballages résistants, une logistique éprouvée... *« Nous n'avons pas les moyens de nous aligner, mais nos clients ont les mêmes attentes de services pour nos sites que pour une commande Amazon »,* glisse un négociant bordelais actif en ligne. Après plusieurs années de développement, l'e-commerce du vin marque le pas. *« Il y a une décroissance par rapport à 2021, mais cela reste positif par rapport à 2020 »,* précise le consultant Martin Cubertafond, spécialiste de la distribution. *« Il y a un coup de frein, mais Internet a atteint une taille critique et va rester un canal majeur pour le vin »* , prédit le maître de conférences sur les stratégies d'entreprises à Sciences Po Paris , pour qui les ventes en ligne avoisinent désormais 10 % du commerce français des vins en valeur. *« Ce canal est pérenne, il répond aux attentes des consommateurs qui achètent selon leurs besoins en ligne, ou chez un caviste, ou dans la grande distribution »,* liste Martin Cubertafond.

D'après le baromètre Sowine/Dynata, le cyberachat de vin concerne majoritairement les jeunes (55 % chez les 18 à 25 ans et 53 % chez les 26 à 35 ans) et les « connaisseurs/experts en vin » (qui représentent le quart des principaux acheteurs de vin en ligne, alors qu'ils sont 4 % des sondés). Plus connectés, les jeunes sont logiquement plus à l'aise avec le numérique et ses

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

options d'achat. De leur côté, les amateurs éclairés peuvent mettre à profit leurs connaissances pour ne pas se noyer dans les pages de références de vins qui inondent les sites spécialisés. Il est d'autant plus difficile de s'y retrouver que la profusion d'offres tient parfois plus de la mousse que de la houle menant vers de nouveaux rivages viticoles, comme le montre notre banc d'essai §

Retrouvez notre tableau des millésimes et notre guide des foires aux vins

Consultez notre dossier spécial vins

Les sites testés

Q ui a dit que la vente par correspondance (VPC) était morte ? Pas dans la filière vin, en tout cas, qui voit se multiplier les canaux de distribution en ligne. Recherchez sur Internet un nom de vigneron réputé ou de cuvée recherchée et vous verrez la profusion de sites disponibles... Ils ne proposent pas forcément lesdites références, car les règles du référencement Web relèvent de la loi de la jungle. Les opérateurs échantillonnés tiennent de trois familles : les sites de ventes privées, les cavistes 100 % en ligne, les *pure players* et les cavistes traditionnels proposant des ventes sur Internet. Sont exclus les sites généralistes, type Amazon, les sites de la grande distribution et les offres de vin sur abonnement (Le Petit Ballon, Chais d'oeuvre...). Sans parler des sites de déstockage, ou même des plateformes de ventes aux enchères.

La plupart des plateformes présentent globalement la même offre tarifaire (en moyenne 8 euros de port pour deux colis) et des services similaires en termes de réactivité, suivi des commandes, diligence et sérieux dans les emballages (cartons renforcés et emballages spécifiques assurent la protection des bouteilles). Réalisées par des prestataires, les livraisons sont à refuser en cas de colis visiblement endommagé et de bouteilles cassées. Pour aider l'amateur de vin à choisir un site plutôt qu'un autre, sont testées ici la simplicité d'utilisation, l'aide à l'achat et la diversité de la sélection : en la matière, le nombre de références mises en avant tient souvent plus de la quantité que de la qualité §

1 jour 1 vin

Le bazar aux bonnes affaires

Site de ventes privées, 1 jour 1 vin n'est accessible qu'aux personnes inscrites. La plateforme présente la succession de ventes en cours qui donnent rapidement accès à une sélection très variée, évidemment *« dans la limite des stocks disponibles »* . Un fourre-tout pour le moins éclectique, du grand cru bordelais au « vin orange » venu d'Alsace. L'offre manque quelque peu d'identité, mais le plaisir de l'amateur de vin est ici de trouver des petits prix. Côté dégustation : des éléments synthétiques sur les moments de consommation et de nombreuses informations (avec des médailles pas forcément sur le millésime en vente...). On peut commander à partir d'une bouteille, mais le site incite à l'achat de masse avec des tarifs dégressifs pour les frais d'expédition et possibilité de regrouper les commandes. C'est une agréable foire aux vins perpétuelle, mais cela implique de recevoir un mail par jour pour connaître les promotions.

www.1jour1vin.com

Chateaunet

La place de Bordeaux

La preuve que l'on peut être à la fois bordelais et dans le coup. Le site de vente en ligne du groupe Duclot (famille Moueix,

CASTELNICOLAS2 - CISION 366520785
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

propriétaire du Château Petrus, à Pomerol) présente l'une des pages d'accueil les plus modernes de la place. Aisée, même sur mobile, sa navigation laisse forcément la part belle aux vins de Bordeaux. Le négociant propose toute la gamme des crus bordelais : millésimes passés ou en primeur (en prévente sur le site Chateauprimeur intégré). S'y ajoutent grands noms de Champagne, grands crus de Bourgogne, belles étiquettes de Californie et d'Italie... On trouve également des propriétés et appellations plus abordables, avec un accent très bordelais sans être exhaustif et un choix intéressant de vins d'Alsace, du Jura, de Mâcon ou de Provence. Des fiches fournissent l'essentiel des informations, avec des précisions sur les équilibres, les domaines et les accords possibles. Le site tente le robot d'assistance en ligne, Hector, un chatbot caviste qui tient du gadget sympathique avec des conseils selon des mots-clés. Chateaunet donne accès à la cave d'un grand négociant bordelais, au bon goût classique, mais l'offre hors Bordeaux semble parfois limitée.

www.chateaunet.com

La Grande Cave

100 % Bordeau x

Plateforme de vente appartenant à la famille de négociants bordelais Castéja (propriétaire de grands crus classés). L'offre, diversifiée, se veut moderne et axée sur la pédagogie (pour qui souhaite devenir un cador de bordeaux).

www.lagrandecave.fr

Clos 19

Le haut de gamme revendiqué

Sélection de champagnes, grands crus et cognacs du groupe Louis Vuitton Moët Hennessy (LVMH). S'il permet d'être certain de l'origine des grands vins et cognacs, ce site n'évite pas les ruptures de stock sur les éditions les plus limitées.

www.clos19.com

TWIL (pour The Wine I Love)

L'efficacité avant tout

Site à la présentation soignée et à la sélection variée, mettant plus en avant les occasions de consommation et les offres promotionnelles que l'habituelle liste des régions viticoles. Après la chute du site de « mévente » en ligne 1855.com, l'adresse ChateauOnline.com est redirigée vers Twil.

www.twil.fr

Meilleurs vins bio

Comme son nom l'indique

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Spécialiste dans les vins certifiés en agriculture biologique, mais pas que, avec des vins en biodynamie, kasher, végétaliens, sans soufre ajouté... La plateforme propose aussi des formations consacrées au bio dans sa cave parisienne (17 e).

www.meilleursvinsbio.com

Intercaves

La vitrine de la chaîne

Le site ressemble à un catalogue un peu trop touffu, amenant à privilégier le passage en magasin. À noter des offres de BIB et de sans-alcool.

www.intercaves.fr

La Vignery

La vitrine des magasins

Avec un nom franglais mêlant le vigneron et la *winery* (cave viticole pour les Anglo-Saxons), le réseau de cavistes La Vignery affiche son positionnement hybride : *« entre le caviste et la grande surface »,* comme le pose son président fondateur, Romain Mulliez (famille possédant notamment Auchan). Toutes les régions viticoles françaises sont mises à l'honneur, mais l'ensemble paraît un peu décousu. Permettant une présence en ligne à La Vignery, ce site fait plus office de catalogue en ligne que de cybercaviste. En revanche, les fiches de dégustation se révèlent simples et efficaces, la présentation des vins va à l'essentiel, avec des pictogrammes intelligibles (goût, accord et occasion) et quelques notes de critiques, peu d'avis de consommateurs, et avis de La Vignery assez succincts. L'offre de livraison va du gratuit (avec le retrait en magasin) au modique (pour les expéditions en point relais) jusqu'à la palette entière (600 bouteilles). On apprécie la mise en lien avec la vingtaine de magasins de la franchise, notamment pour des ateliers de dégustation.

www.lavignery.fr

Vin-Malin

La Bourgogne d'abord

Riche en grands vins de Bourgogne, le site (situé à Meursault) propose également une sélection importante de vins du monde entier, avec d'anciens millésimes et de nombreux vins en bio et biodynamie.

www.vin-malin.fr

Veepee (ex-vente-privee.com)

Pour les ventes événementielles

Site généraliste proposant des ventes éphémères de vin, avec des foires aux vins saisonnières pour gonfler cette offre en

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

croissance.

www.veepee.fr

Tannico

La belle vitrine des vins italiens

Basé à Milan, ce site s'est fait une spécialité des vins italiens, mais avec d'intéressantes références françaises depuis le rapprochement avec Vente À La Propriété. Tannico appartient à 50/50 aux groupes Campari et LVMH.

www.tannico.fr

Vinatis

Les prix et le fouillis du web

Revendiquant les *« meilleurs prix du Net »* , la proposition relève davantage de l'offre massive des rayons des grandes surfaces que de la sélection et du conseil aux petits oignons d'un commerçant de proximité. Mieux vaut avoir une idée assez précise de ce que l'on souhaite plutôt que se lancer au petit bonheur la chance dans ce labyrinthe. L'ensemble donne une impression de désengagement du site dans sa sélection, au profit d'une quête de petits prix. On y trouve un lien vers un partenaire proposant de la cryothérapie résumant bien le côté fouillis du site. Pour conseiller l'acheteur, on passe des accords mets et vins à l'horoscope, mais aussi un *chat* en ligne pour poser des questions à d'autres utilisateurs du site... ce qui rend l'exercice moins rassurant que d'interpeller un caviste dans son échoppe. Les fiches de dégustation sont complètes, avec une bonne idée, celle d'indiquer une date de consommation optimale. Les propositions pour les accords mets et vins sont également bien diversifiées. Vinatis offre de nombreux choix possibles de livraison. Le site demeure intéressant par ses nombreuses offres promotionnelles (étiquettes abîmées, ventes flash, livraison offerte...).

www.vinatis.com

Cavissima

Des achats qui rapportent

Proposant des *« petits prix »* , le site met surtout en avant son potentiel d'investissement. La plateforme propose la création d'une cave virtuelle (les vins sont conservés à Beaune) dans le but d'une revente avec profit (non assuré). Les fiches de dégustation des vins sont ainsi placées au second plan, derrière les évolutions des prix depuis leurs sorties. De l'e-trading plus que de l'e-commerce.

www.cavissima.com

Dubecq

Le catalogue étoffé d'un négoce bordelais

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Site de la maison éponyme, il propose les crus bordelais les plus recherchés en primeur, de bons rapports qualité-prix en livrables (millésimes prêts à boire), ainsi que des Vins-de France et du monde. La navigation n'y est pas des plus aisées, mais le catalogue disponible en téléchargement permet de retrouver le plaisir de feuilleter. Contenus pédagogiques et conseils pertinents.

https://www.dubecq.com/fr/

Millésima

Résolument haut de gamme

Ce site de négociants bordelais (famille Bernard, négoce Sobovi) propose aussi bien des grands crus en primeur que de grandes étiquettes en livrables : de Bordeaux, mais aussi de Champagne et du reste du vignoble mondial (intéressantes vidéos sur les propriétés). Par caisse de six ou en grands formats, pour des prix assez substantiels.

https://www.millesima.fr

Wineandco

La tradition d'un négociant bordelais

Avec une page d'accueil un peu vieillotte dans sa structure, mais dont on peut apprécier l'épure par rapport à la concurrence. Beaucoup de noms classiques du Bordelais, négoces et châteaux, avec d'autres vins abordables et de grands noms de régions françaises comme la Bourgogne, la Champagne ou le Rhône, et de vignobles étrangers. Bref, un classicisme bordelais qui surprendra peu, mais qui aura le mérite de rassurer le client. L'accent est mis sur les vins certifiés en bio et biodynamie. On apprécie la diversité de l'offre : de l'appellation régionale aux grands crus classés, plusieurs contenants, jusqu'aux mathusalems et jéroboams et des millésimes parfois très anciens (l'idéal pour un anniversaire). Les fiches d'accompagnement se montrent assez succinctes, donnant notamment des idées de moments de consommation, et les notes de critiques. Des pictogrammes synthétisent les profils des vins (fruité, boisé...). Sont possibles la livraison à domicile dans la journée ou le retrait dans le réseau de cavistes du Repaire de Bacchus (lequel ne vend plus en ligne). Ce site mériterait cependant un coup de jeune.

www.wineandco.com

Vente directe

Le rendez-vous des vignerons indépendants

La plateforme de la Fédération française des caves particulières propose une offre très vaste, parfaite pour compléter des achats ou dégustations lors des Salons réalisés par les vignerons indépendants durant l'année. Ce site est géré par PlugWine (qui anime une place de marché réservée aux professionnels).

www.vente-directe-vigneron-independant.com

Le Savour

CASTELNICOLAS2 - CISION 366520785

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Un grand classique au goût du jour

En ayant terminé avec son activité de caviste physique, l'ancien Savour Club est passé au 100 % numérique. Coup de jeune pour ce site dynamique et ludique, appartenant au groupe de négoce Castel (qui possède également les caves Nicolas).

www.lesavour.fr

Vins étonnants

L'adresse qui porte bien son nom

Le site idéal pour découvrir un vignoble méconnu (de l'Arménie à l'Uruguay) ou une appellation intimiste (ajaccio, bonnezeaux, cerdon...). À noter une sélection de vins orange pour les amateurs d'oxydation.

www.vins-etonnants.com

Vente à La Propriété

De grands noms en vente privée

Offres éphémères avec la promesse d'une sélection validée par Olivier Poussier, meilleur sommelier du monde 2000, et Christian Martray. Expéditions par six.

www.ventealapropriete.com

Nicolas

les ventes en ligne du petit livreur

La filiale du groupe Castel témoigne de la diversification actuelle des cavistes, où les bières et les spiritueux sont plus mis en avant que les vins. Il est possible de se connecter au stock d'un magasin pour connaître ses cuvées à disposition.

www.nicolas.com

VandB

Vins, Bières et spiritueux

Le vin n'est qu'un élément parmi de nombreuses autres références de bières et spiritueux, ce qui a l'avantage de réduire à l'efficace la navigation, pour une sélection alternant grandes marques et domaines moins (re)connus.

www.vandb.fr

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Les Grappes

Un trombinoscope du vignoble

Rompant avec les autres sites où se bousculent les bouteilles, Les Grappes expose les visages de ses vigneronnes et vignerons dans un site très dense et très illustré. L'incarnation d'emblée des cuvées leur donne une vraie identité, confortée par les fiches de chaque domaine donnant son historique, sa localisation précise... Et même les possibilités de visites et activités sur place, au domaine. L'offre est tentaculaire, avec pour conseils en ligne un robot (chatbot) et les notes d'autres consommateurs (la communauté). Les Grappes ne propose pas à proprement parler de sélection, puisque chaque domaine peut demander la création d'une boutique. La promesse du site reste surtout l'approche en circuit court. L'expédition est réalisée par l'exploitant, par multiple de 3 bouteilles et gratuitement à partir de 6 bouteilles. On y trouve du pécharmant et du saint-chinian, comme du chignin et du ratafia, ce qui est plutôt rare. Ce sont les domaines qui fournissent les informations précises sur chaque cuvée, avec souvent des conseils de dégustation et des accords mets et vin particulièrement adaptés et efficaces.

www.lesgrappes.com

iDealwine, le premier opérateur du marché secondaire

www.idealwine.com

I l n'y a pas que les sites proposant des vins de première main qui ont bénéficié des confinements pour voir leurs ventes être dopées. Sur le marché secondaire des ventes aux enchères, *« l'accélération de la digitalisation des ventes en 2020, du fait du confinement, a contribué à rendre accessibles au monde entier des ventes jusqu'alors réservées à une clientèle plus locale »,* avance dans son baromètre 2022 la plateforme spécialisée iDealwine, qui enregistre un chiffre d'affaires record en 2021 avec la mise aux enchères de 190 600 flacons pour 27,4 millions d'euros d'adjudication. Ce qui représente une hausse de 148 % de son chiffre d'affaires en cinq ans.

Depuis la crise sanitaire, *« les réflexes d'achat à distance ont été pris, et ce phénomène s'est intensifié en 2021 »,* note le baromètre, qui estime que *« certains grands vins français sont aujourd'hui devenus des actifs patrimoniaux à part entière »* dont la valorisation s'envole avec le déséquilibre entre offre et demande (notamment pour les étiquettes recherchées de Bourgogne, mais aussi du Rhône, du Val de Loire ou du Jura, sans oublier Bordeaux). *« Mécaniquement, les vins se valorisent, venant intéresser une cible d'amateurs qui s'élargit aux investisseurs attirés par le rendement potentiel de ces vins »,* avance iDealwine, bien que la situation économique rende les paris sur l'avenir encore plus incertains.

Format numérique. Fondé en l'an 2000 par Lionel Cuenca, Cyrille Jomand et Angélique de Lencquesaing, le site revendique le titre de *« premier acteur des ventes aux enchères de vin en France »* (sur la base du rapport du Conseil des ventes), en dehors des ventes caritatives (comme les Hospices de Beaune). Lancé au départ comme un système de courtage (permettant de représenter des clients lors de ventes aux enchères physiques), le site fait partie des survivants de la première vague du Web (avant le crash des années 2000). Il continue de se développer avec la vente à prix fixé (avec un site marchand classique, représentant 30 % de l'activité en valeur en 2021) et des offres en primeurs (une nouveauté).

iDealwine a mené cette année sa première vente aux enchères de vins accompagnés d'oeuvres d'art sous format numérique (les fameux NFT). Pour ceux qui se posent la question, le nom iDealwine se prononce comme chacun le souhaite : à la française *« idéal »* ou à l'anglaise *« I deal »* (je vends) § É. R.

Vedrana Sucic/Getty Images/EyeEm Benjamin Deroche/DUCLOT/Chateaunet

CASTELNICOLAS2 - CISION 366520785

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **95992**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

16 Septembre 2022
Journalistes : **Alexandre Abellan**
Nombre de mots : **2797**

www.vitisphere.com

Visualiser l'article

Expérience négative Pourquoi le premier caviste de France ne croit plus dans la consigne des bouteilles de vin

Séduisante en théorie, l'incitation au réemploi des flacons de verre n'est pas évidente à mettre à pratique analyse-t-on chez Nicolas, où les essais de 2019 se sont heurtés aux défis de logistique et sociologiques.

« Le consommateur n'est pas au rendez-vous » résume Christopher Hermelin. - crédit photo : Nicolas (archives 2018)

ntre l'explosion des prix du verre et les tensions sur les disponibilités des bouteilles, la question de leur réemploi ne cesse d'animer la filière vin cette année 2022, où les initiatives associatives et développements de start-ups ne cessent de vouloir relancer la consigne (notamment avec le soutien du réseau Biocoop). Un réemploi qui rappelle des pratiques anciennes, avec les bouteilles étoilées disparues en France depuis des décennies. Mais la consigne était encore testée récemment par les cavistes Nicolas, dans 46 magasins de leur réseau parisien en octobre 2018 avec une cuvée en Côtes-du-Rhône villages Vaison-la-Romaine bio (vendue 6,75 €).

Un essai loin d'avoir été couronné de succès rapporte Christopher Hermelin, le directeur marketing de Nicolas (groupe Castel Frères), faisant état d'un très faible taux de retour : *« une partie de la clientèle très engagée (celle que l'on retrouve à Biocoop), mais ce n'est pas le cas du gros des clients. Ils sont peu à se déplacer en ville avec une bouteille qui reste lourde*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

(395 grammes) pour quelques centimes (20 cts de consigne) ». Pour Christopher Hermelin, la consigne des bouteilles de verre se heurte au besoin de réorganiser *« une infrastructure qui n'existe plus depuis 40 ans. La filière du recyclage est organisée, mais il n'existe plus de chemin logistique pour la consigne en France (récupération, nettoyage, embouteillage...). Et ce avec un bilan carbone à démontrer (pour les divers transports). »*

L'un cannibalise l'autre

Pour réimplanter la consigne, il faudrait une logistique à l'échelle nationale ajoute le directeur marketing, pour lequel *« on ne peut pas avoir deux systèmes qui vivent ensemble : consigne et recyclage, l'un cannibalise l'autre. Surtout en zone urbaine quand l'un est plus simple que l'autre. »* Dans l'immédiat, la consigne n'est plus un sujet pour le premier réseau de cavistes français (avec plus de 500 points de vente). C'est avoir tort que d'avoir raison trop tôt, écrivait Marguerite Yourcenar.

CASTELNICOLAS2 - CISION 366721607

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CAVISTES & E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **46654**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Septembre 2022 P.54**
Journalistes : **H.B.**
Nombre de mots : **182**

NICOLAS S'APPRÊTE À INVESTIR LE MARCHÉ AMÉRICAIN

À la tête de 556 boutiques, dont 310 en Ile-de-France et près de 170 à Paris, Nicolas estime avoir fait quasiment le plein en France. Une partie du développement de l'enseigne se joue désormais à l'international où, culture d'entreprise oblige, celle-ci a démarré avec prudence. Cela c'est d'abord fait dans les pays limitrophes (Royaume-Uni, Belgique, Suisse,...), avant d'aller plus loin, comme en octobre 2019, avec l'annonce de l'ouverture d'une 1ère boutique à Taiwan. Cette fois, c'est le marché américain que le réseau, propriété du groupe Castel, s'apprête à investir malgré une logistique qui promet d'être complexe. « *Début 2023, un 1er corner Nicolas ouvrira dans un aéroport américain* », confirme Christopher Hermelin, en charge du marketing et de la communication. D'autres ouvertures, sous le régime de la franchise ou de la master franchise, pourraient rapidement suivre et l'ouverture à la vente en ligne ne serait pas à exclure. Visiblement décidée à sortir de « sa zone de confort », l'enseigne aurait également l'objectif de s'implanter dans la zone Caraïbes, ainsi qu'en Amérique du Sud. ■ ***H.B.***

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CAVISTES & E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **46654**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Septembre 2022 P.27-29**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **1700**

La caisse, endroit idéal pour réaliser des ventes additionnelles ? Dans la grande distribution, c'est une évidence. La rentabilité de ces rayons situés dans l'axe de la file d'attente, où le client est soumis aux tentations de toute une panoplie de produits de petite valeur mais à grosse marge – du paquet de chewing-gum au magazine de recettes en passant par le dernier gadget qui fait fureur à la récré – n'est plus à démontrer. En boutique, et particulièrement chez les cavistes, c'est plus compliqué. Certes, chez Nicolas par exemple, la caisse est, avec l'entrée et l'îlot central, l'une des « *trois zones-clé du magasin* », définit Christopher Hermelin, responsable communication et marketing de Nicolas. Bien sûr, « *la caisse est un enjeu capital* », énonce de son côté le caviste-épicier fin parisien Nicolas Juhlès. Donc, forcément, « *le devant de caisse est le premier endroit auquel va penser un commerçant qui veut diversifier son offre. C'est un emplacement à haute visibilité où l'on peut espérer réaliser du chiffre d'affaires additionnel* », analyse Hugues Le Marié, directeur général de la chaîne de cavistes-restaurants-épiceries fines Les Domaines qui Montent. Reste qu'avant de concrétiser cette prometteuse intuition, le caviste doit composer avec des contraintes fortes.

UNE ZONE-CLÉ DE LA RELATION CLIENT-VENDEUR

La première difficulté, bien évidemment, est celle du manque de place. « *Dans l'environnement exigu d'une cave de 50 m² regroupant quelque 700 références, on ne peut multiplier les produits* », rappelle Christopher Hermelin. Par essence, le comptoir-caisse n'est d'ailleurs pas un espace de vente. Il est d'abord un espace transactionnel, où le client aboutit après avoir fait son choix. Or « *on ne déambule pas dans nos magasins : il y a une relation de proximité avec le vendeur qui conseille et accompagne le client s'il le souhaite* », souligne le directeur marketing de Nicolas. *La conséquence est que les temps d'échange et de passage en caisse peuvent être assez longs* ». De plus, 54% des ventes des magasins de l'enseigne sont réalisées avec des porteurs de carte, qui souvent veulent connaître leur nombre de points et ce à quoi ces derniers donnent droit. Ce qui rallonge d'autant le temps passé en caisse. Difficile de compliquer encore la durée du parcours en sollicitant le client avec de nouvelles offres trop nombreuses.

Résultat, la priorité de Nicolas a été de « *structurer ces zones pour faciliter une gestuelle simple* », explique Christopher Hermelin. Dans un environnement proche de la caisse, on peut présenter « *au grand maximum une trentaine de produits dans les magasins les plus spacieux comme celui de Paris Madeleine, qui possède un comptoir-bar permettant d'installer un rayonnage pour les mises en avant* », poursuit-il. Ailleurs, l'offre de devants de caisse se résume à « *des produits satellites et des produits de service : petits accessoires comme les éthylotests que la loi nous oblige à mettre en avant, les tire-bouchons, bouchons, becs verseurs antigoutte... Bref, de petits objets qui prennent peu de place mais très peu de produits en corbeilles* », qui ajouteraient de l'encombrement à cet espace déjà exigu. Nicolas ne mesure pas précisément les ventes de ces produits réalisées dans cet espace. Son directeur marketing est en tout état de cause convaincu qu'elles restent « *anecdotiques* ».

« C'est un emplacement à haute visibilité où l'on peut espérer réaliser du chiffre d'affaires additionnel. »

Hugues Le Marié, directeur général de la chaîne de cavistes-restaurants-épiceries fines Les Domaines qui Montent

LES ACCESSOIRES, UNE FAUSSE BONNE IDÉE ?

Plusieurs cavistes considèrent d'ailleurs que les ventes d'accessoires n'ont pas beaucoup d'intérêt pour un caviste. « *Toutes nos expériences de ventes d'ac-*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

cessoires ont été plutôt décevantes. À part les tire-bouchons, rares sont les produits qui se vendent », commente ainsi Nicolas Julhès. Le directeur général des Domaines qui Montent, Hugues Le Marié, est même plus catégorique : « *Les accessoires sont un échec total chez les cavistes. Nous en vendons très ponctuellement et encore, l'activité se concentre sur Noël et la fête des pères. Il y a pléthore d'offre, notamment sur Internet.* » Fort de son positionnement simultané de caviste, restaurateur et épicerie fine, Les Domaines qui Montent a, quant à lui, choisi de proposer en caisse des terrines en verre posées les unes sur les autres. Celles-ci s'adaptent aux caractéristiques physiques des lieux, qui peuvent fortement varier d'un magasin à l'autre et le caviste-restaurateur-épicier raisonne « *en termes de largeur et de hauteur – la profondeur à cet endroit étant moins intéressante* ».

« L'offre participe à la stratégie de l'enseigne visant à augmenter son panier moyen sans forcer la main du client. »

Louis Gad, directeur général de nysa

L'enseigne veille aussi à ne pas trop en ajouter, pour des raisons à la fois pratiques et éthiques. « *Si l'empilement monte trop haut, il y a un risque que le client en fasse tomber et que cela crée un malaise*, ajoute Hugues Le Marié. *Surtout, la caisse doit rester un espace d'échange entre le client et le vendeur. Si vous y érigez un mur de Berlin ou que le comptoir finit par ressembler au parloir de Fleury-Mérogis, vous risquez de gâcher la fin de l'expérience ! Il convient de ne pas abuser.* » Certains fournisseurs – plus souvent des petits producteurs que des grandes marques – proposent des présentoirs, Les Domaines qui Montent se retient de « *trop théâtraliser l'offre, pour éviter de paraître trop commercial. La caisse est quand même l'endroit du magasin où le client ouvre son portefeuille, il ne doit pas avoir le sentiment que nous voulons le prendre à la gorge !* »

DR

MISER SUR LE GRIGNOTAGE

Pour Hugues Le Marié, composer une offre de devants de caisse qui « *tienne la route* » reste donc un exercice délicat. « *Combien de cavistes se sont cassés les dents avec des rayons de terrines qui ont fini en attrape-poussière ? Il faut consacrer du temps au* sourcing, *afin de dénicher les petits formats de bonne qualité au bon prix. Avec un panier moyen de 35 € chez un caviste, il y a peu de chance que les produits à 50 € se vendent à cet endroit... L'offre doit alterner sucré et salé même si le salé reste prépondérant en associant terrines de terroir et tartinables de légumes. Elle doit évoluer en fonction des saisons. C'est un emplacement où l'on peut essayer la nouveauté et jouer les rotations de produits.* »

Dans les 120 caves nysa, le devant de caisse, ou plus exactement une bonne part du comptoir-caisse, est consacré à l'épicerie apéritive. Cette offre participe à la stratégie de l'enseigne visant à augmenter son panier moyen « *sans forcer la main du client* », indique Louis Gad, directeur général. L'enseigne met en avant une douzaine de bocaux, alignés quatre par quatre sur plusieurs niveaux. « *Certains en mettent un peu plus, d'autres un peu moins. Il y en a qui les présentent en panière, d'autres ont ajouté un meuble.*

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4185473600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Tout dépend de l'espace disponible car nos caves occupent des surfaces variables, de 30 à 80 m² avec une moyenne de 40 m². Il faut aussi tenir compte du fait que cet espace restreint accueille aussi de l'affichage », développe le dirigeant. Quoi qu'il en soit, ces bocaux « *sont des produits de* picking *qui génèrent des ventes additionnelles* », appuie-t-il. Les deux principaux fournisseurs sont La Fédération Française de l'Apéritif et Superproducteur. nysa offre un petit coup de pouce promotionnel à l'achat des bocaux de ce dernier : une réduction de 15% sur le troisième acheté.

DR

JOUER LA CRÉATIVITÉ

La marque Fédération Française de l'Apéritif (FFA) propose quant à elle « *un petit corner apéro avec deux terrines, des houmous dont un à la truffe, des toasts grillés, des gressins...* », détaille Pierre-Antoine Solier, cofondateur de FFA. Pour ce dernier, « *devant la caisse, il est préférable de proposer une offre de snacks apéro, des chips, du saucisson... tout ce qui est susceptible de provoquer l'achat d'impulsion. Par exemple, nous proposons des amandes à la truffe torréfiées en Île-de-France, un peu craquantes à l'extérieur et moelleuses à cœur, qui se vendent très bien près de la caisse. C'est typiquement un produit de grignotage apéritif source d'étonnement, un produit découverte. À l'inverse, une conserve de savoir-faire artisanal plus classique, pour laquelle le client va hésiter, demander conseil et prendre le temps de choisir, relève d'un parcours d'achat proche de celui de l'univers du vin. Pour nous, leur place est en magasin dans un corner épicerie fine dédié* ». Le merchandising du devant de caisse répondrait ainsi à sa propre logique. L'exemple de Nicolas Julhès confirme cependant qu'il n'y a pas de vérité absolue et que la réponse dépend en réalité de la sensibilité de chaque enseigne ou caviste. Pour l'épicier-caviste parisien, le devant de caisse « *doit être envisagé avec recul. Il ne s'agit pas uniquement de savoir quels produits, à quel moment et de quelle gamme placer là pour influencer la vente. Il faut prendre en compte ce que le comptoir-caisse dit de votre cave à vin. C'est en quelque sorte son espace signature* ». Les boutiques Julhès y ont en conséquence écarté les petits pots de verre, préférant simplifier le message en « *mettant en avant un seul spiritueux ou un vin qui est "dans l'actualité" même si nous ne sommes pas directement concernés* ». Le caviste se tient informé des campagnes de communication des marques pour se placer dans leur sillage. « *Par exemple, nous avons mis en avant un single malt pour la dernière fête des pères, parce que nous avions repéré des affiches pour ce type de produits en amont de la période. Si celles-ci donnent envie à quelqu'un d'en offrir, autant que ce soit chez nous !* » Autre expérience, présenter à la caisse un limoncello à l'approche des beaux jours. Pour quelle raison ? « *Parce qu'il est rare qu'un client vienne spécifiquement chez nous pour en acheter* », répond Nicolas Julhès. Ce dernier démontre ainsi que la caisse peut rester un espace de créativité malgré ses multiples contraintes. ■

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4185473600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CAVISTES E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **46654**
Sujet du média : **Economie-Services**

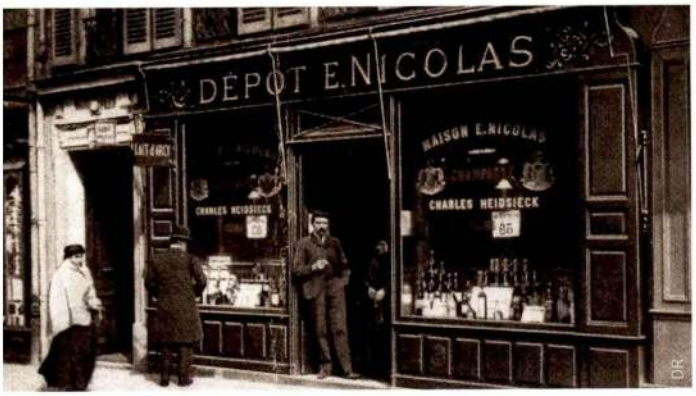
Edition : **Septembre 2022 P.54**
Journalistes : **T.G.**
Nombre de mots : **168**

ÉVÉNEMENTS

VIE DES RÉSEAUX

NICOLAS FÊTE SES 200 ANS AVEC 200 RÉFÉRENCES

Née en 1822, rue Sainte-Anne à Paris, l'enseigne Nicolas fête cette année ses 200 ans. Pour l'occasion, après avoir lancé une bière et un champagne commémoratifs, elle communique depuis le mois de mai sur les 200 produits composant une « cave idéale », soit une sélection de vins, bières et spiritueux recouvrant tous les niveaux de prix. « *Tous les 15 jours, plusieurs produits sont mis en avant sur un site dédié (www.bicentenaire.com) avec des témoignages de célébrités sur leur attachement à ces boissons*, explique Christopher Hermelin, directeur marketing et communication. *À chaque fois, un chèque-cadeau de 200 € est offert à l'un de nos clients avec, en fin d'année, la possibilité de gagner l'intégralité de la cave. Nous n'avons demandé aucune participation aux fournisseurs, mais avons plutôt cherché à refléter notre offre globale dans toute sa diversité. D'ailleurs, la sélection a été effectuée par tous les services commerciaux, marketing comme achats* ». ■ *T.G.*



239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 8185473600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CAVISTES & E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **46654**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Septembre 2022 P.54**
Journalistes : **T.G.**
Nombre de mots : **86**

DÉVELOPPEMENT PRUDENT DE LA FRANCHISE CHEZ NICOLAS

Si la majeure partie du développement de l'enseigne de cavistes à l'international s'effectue en franchise, ce modèle était quasiment absent en France jusqu'en 2017. Depuis, le développement s'effectue à pas mesurés, avec seulement 7 ouvertures de magasin. « *Nous sommes très sélectifs, notamment sur les capacités financières des candidats. C'est pourquoi nous proposons également de la location-gérance de magasins existants, une possibilité ouverte également à nos cavistes gérants mandataires* », explique Christopher Hermelin, directeur marketing et communication. ■ *T.G.*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

FAV

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

LES PETITS PLATS DE LAURENT MARIOTTE

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Bimestrielle**

Audience : **798931**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Septembre - octobre 2022 P.89**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **509**

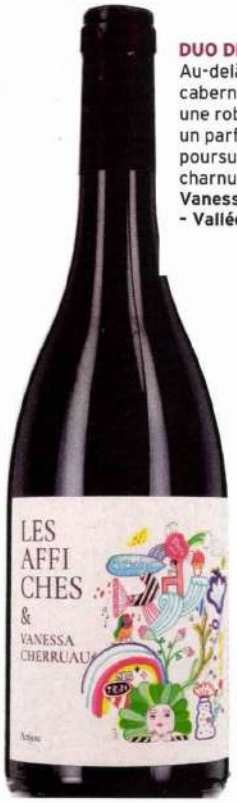
FOIRES AUX VINS 2022
NOTRE SÉLECTION DE SIX PÉPITES

ACHATS : MODE D'EMPLOI

1. Visez le haut du panier
Les foires aux vins sont souvent l'occasion de faire quelques belles trouvailles. Moyennant quelques recherches (guides, sites internet), on pourra dénicher de grandes bouteilles à des prix défiant toute concurrence.

2. Comparez
Grâce aux sélections des grandes enseignes dévoilées en amont, on vous conseille de jouer au petit jeu des comparaisons, et de constater de facto des différences de prix qui peuvent aller jusqu'à plusieurs euros.

3. Faites preuve de curiosité
En consultant dans la presse quelques sélections et coups de cœur de pros, vous pourrez vous détourner des grands châteaux afin de découvrir de véritables pépites hors appellation, issues de régions méconnues au bataillon !



DUO DE CABERNETS
Au-delà du charme de l'étiquette, ce duo de cabernets chaloupe avec gourmandise dans une robe grenat, laissant dans son sillage un parfum d'épices et de prune, avant de poursuivre son chemin vers une bouche charnue comme un angelot.
Vanessa Cherruau - Les Affiches 2019, Anjou - Vallée de la Loire, 11,90€, Petit Ballon.

BELLE DÉGAINE
Un vigneron au nom de cow-boy, qui dégaine ici son colt rouge désert aux arômes sanguins de fruits noirs et d'herbes folles, se révélant plus redoutable en bouche qu'une framboise trempée dans une fiole de kirch.
Jeff Carrel - Les Herbes hautes 2019 - Corbières, 9,50€, Nicolas.

UN VIN SOLAIRE
Derrière un nom de domaine aussi doux qu'un bonbon et une cuvée placée sous le signe de l'espoir, un vin aussi solaire qu'une après-midi sur le sable, à la robe aussi noire que ses arômes de cassis et de garrigue, soyeux et velouté en bouche, et une longueur d'été indien.
Mas Amiel - Promesse 2021 - Côtes du Roussillon Villages, 9,95€, Carrefour.

VIN D'ALTITUDE
Un blanc d'altitude que l'on retrouve à la carte des plus belles tables, aussi délicat que le minéral dont il porte le nom, avec un nez aux arômes de pomme verte et de fleurs blanches, qui coule en bouche avec la fraîcheur d'un petit ruisseau alpin.
Maison des Ardoisières - Silice 2020, Vin des Allobroges - Savoie, 13€, Cave du Château.

EN BIODYNAMIE
Cuvée juteuse à souhait d'un domaine emblématique de la vallée du Rhône en biodynamie, Poignée de raisins a le charme d'une madeleine de Proust, rappelant ces fruits rouges explosifs ramassés en secret dans le jardin, dans lesquels on croque à pleines dents avant de se faire gronder.
Domaine Gramenon - Poignée de raisins 2021 - Côtes du Rhône, 12,90€, Lavinia.

DIRECTION LE MÂCONNAIS
L'heure n'est plus à se moquer du Mâconnais, avec ici un blanc qui ne manque pas d'allant, au nez typique de chardonnay, mélange de fruits blancs et de rondeur beurrée comme une brioche, mais dont la bouche étonne par sa fraîcheur !
Domaine des Vignes du Mayne - Mâcon Villages 2019 - Bourgogne, 19,90€ Lavinia.

© ISTOCK - SDP

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5252953600508

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Maxi Cuisine

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **1285000**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Septembre 2022 P.52-54**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **857**

Côté vin

Sélection des foires aux vins

À MOINS DE 10 €

La rentrée est rythmée, depuis près de 40 ans, par les foires aux vins. Ce rendez-vous est l'occasion de sortir des sentiers battus en découvrant d'autres appellations ou de nouveaux cépages.

Par Miss TchinTchin

NOS ROUGES (DU PLUS FRUITÉ AU PLUS CHARPENTÉ)

Vin de France

Un 100 % pinot noir décomplexé, hors du cahier des charges d'une AOC. Léger et fruité. Mr. Pinot, *E.Leclerc*, 3,95 € *la bouteille de 75 cl.*

Régnié (Beaujolais)

Voilà l'un des dix crus du Beaujolais injustement méconnus, 100 % gamay. Fruité. Domaine David Meziat 2019, *Magasins U*, 6,30 € *la bouteille de 75 cl.*

Touraine (Vallée de la Loire)

Un 100 % malbec, roi du cahors, appelé côt en Touraine. Tannins souples. Mon Coco 2020, Famille Bougrier, *Nicolas*, 8 € *la bouteille de 75 cl.*

L'enseigne E.Leclerc est-elle vraiment à l'origine de la foire aux vins ?

Oui, c'est exact, notre première foire aux vins date de 1973. Mon père était un pionnier du circuit court et le vin en faisait partie. Cette animation a fait sortir le grand vin de son cadre élitiste et l'a rendu plus accessible. Dans les années 2000, l'arrivée de femmes spécialistes a également contribué à rendre l'univers du vin moins masculin.

L'offre a-t-elle évolué depuis l'origine ?

Chaque année, on repart d'une page blanche. On déguste tout à l'aveugle et, sur environ 2 000 vins, 250 sont proposés dans nos magasins – une offre complétée par des sélections régionales. Le premier critère, c'est la dégustation, puis les volumes et le rapport qualité-prix. Cette année, la thématique porte sur les jeunes vignerons, car nous pensons qu'ils sont plus à même de convaincre les jeunes consommateurs avec des vins actuels, de France, et des étiquettes plus modernes. La jeune génération n'a plus les mêmes codes. L'esthétique classique est considérée aujourd'hui comme un peu désuète.

Les consommateurs sont-ils en attente de conseils ?

Oui, et c'est valable dans tous les domaines. Des études montrent qu'on se renseigne avant d'aller en magasin. Le vin fonctionne beaucoup à la recommandation. C'est un marché assez prescripteur. Nous travaillons avec l'application WineAdvisor, qui permet de récupérer des notes, des commentaires, et qui aide à choisir son vin. Les passionnés ne regardent pas le côté marchand.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Côté vin

NOS BLANCS (DU PLUS SEC AU PLUS DOUX)

Vin de France

Un vin libre car non soumis au cahier des charges d'une AOC. Fruité et vif (100 % chenin). L'Un des sens, Les Éclaireurs, *E.Leclerc*, **4,70 €** *la bouteille de 75 cl.*

Menetou-salon (Vallée de la Loire)

Un très bon rapport qualité-prix. Vif et fruité (100 % sauvignon blanc). Les Birettes 2021, Antoine de la Farge, *Carrefour*, **8,95 €** *la bouteille de 75 cl.*

Saint-bris (Bourgogne)

Une exception en Bourgogne, où le chardonnay domine. Fruité (100 % sauvignon blanc). Les Carriatans 2021, Domaine du Bouchat, *Lidl*, **6,99 €** *la bouteille de 75 cl.*

Languedoc

Un chardonnay du Sud. Fruité et rond, avec une pointe acidulée (100 % chardonnay). Cosmic 2019, *Aldi*, **4,99 €** *la bouteille de 75 cl.*

Saint-mont (Sud-Ouest)

Une région et des cépages à découvrir. Fruité et rond (60 % gros manseng, 20 % petit courbu, 20 % arrufiac). Les Cépages préservés 2020, Plaimont, *Nicolas*, **7 €** *la bouteille de 75 cl.*

Alsace grand cru

Un vin caméléon et séduisant. Très aromatique (100 % pinot gris). Pinot Gris grand cru Steinert 2017, Pfaff, La Cave des vignerons de Pfaffenheim, *Intermarché*, **7,80 €** *la bouteille de 75 cl.*

Notre coup de cœur

Cheverny

Vin doux et fruité, idéal en apéritif ou avec poisson, crustacés et coquillages. Cuvée Émotion, 2020, *Auchan*, **4,73 €** *la bouteille de 75 cl.*

Côtes-de-gascogne (Sud-Ouest)

Le bon allié de la cuisine épicée. Doux et aromatique (100 % gros manseng). Domaine Candeo 2021, *Carrefour*, **5,95 €** *la bouteille de 75 cl.*

Dates de quelques foires au vin

- **ALDI** : à partir du 6 septembre 2022
- **CARREFOUR** du 27 septembre au 10 octobre 2022
- **INTERMARCHÉ** du 6 au 25 septembre 2022
- **E.LECLERC** à partir du 4 octobre 2022
- **LIDL** à partir du 7 septembre
- **NICOLAS** du 7 septembre au 4 octobre 2022
- **MAGASINS U** du 27 septembre au 8 octobre 2022
- **NETTO** du 1er au 19 septembre 2022

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

TANIN

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Trimestrielle**

Audience : **349532**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Septembre - novembre 2022 P.88-100**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **5447**

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6152953600524

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Ah, la Foire aux Vins, le rendez-vous inhérent et incontournable des amoureux de la quille. Depuis presque 50 ans, cet événement national réunit amateurs d'un jour et de toujours. À chaque client son objectif. Certains veulent remplir leur stock pour le reste de l'année, avec des vins prêts à boire pour les petits dîners ou les repas entre copains. D'autres aspirent à garnir leur cave de belles bouteilles à conserver pour les années à venir. Il y a également ceux qui cherchent les bons plans et les nombreuses remises, car profiter des plaisirs de la vie n'empêche pas de surveiller son budget. Et les fidèles qui retrouvent chaque année le même domaine, le même vigneron car « on ne change pas une équipe qui gagne ».
On y croisera aussi les curieux, à l'affût des nouvelles cuvées pour étendre leurs connaissances. Ceux qui ne jurent que par les vins bios ou en biodynamie, et se réjouissent de voir leur nombre augmenter à chaque édition. Ceux qui passaient par hasard pour acheter un dessert avant d'aller chez Mamie et qui se disent qu'une bouteille de vin, ce serait pas mal aussi.
À toutes ces personnes (et à celles que nous avons oubliées de citer), sachez que Tanin est ravi de pouvoir vous présenter sa sélection, ses coups de cœur et ses avis enseigne par enseigne. Nous avons fait de notre mieux pour vous donner un aperçu de ce que vous pourrez y trouver cette année. Ensuite, c'est à vous de jouer : valeurs sûres, vins malins, pépites à faire découvrir à votre entourage… Les foires au vin, c'est le monde du vin qui vient à vous ! Et c'est toujours un moment de partage et de convivialité.

Comment lire nos fiches enseignes ?

Dix-neuf enseignes rencontrées, étudiées, dégustées. Un sacré boulot pour vous présenter un panorama exhaustif des foires aux vins de cette rentrée.

Dates de la foire au vin pour l'enseigne.

Chaque enseigne a sa philosophie, chaque foire aux vins a son approche. C'est ce qu'on vous explique ici, afin que vous puissiez directement sélectionner les magasins qui correspondent à ce que vous recherchez.

C'est la bouteille que nous avons distinguée, le coup de cœur, la surprise, le bon plan absolu. On vous explique pourquoi en quelques lignes. Vous pouvez y aller les yeux fermés !

Difficile de sélectionner cinq bouteilles parmi 300 ou 400 références. Mais c'est notre choix, forcément subjectif. Une façon de vous guider vers des valeurs sûres. À vous ensuite d'explorer le reste de la sélection et d'y trouver d'autres pépites que nous avons écartées à regret ou qui nous auraient échappé.

Notre avis sur la sélection de l'enseigne cette année, afin que vous sachiez où vous mettez les pieds. Réussie ? Pas réussie ? La question ne se pose plus en ces termes : aujourd'hui, toutes les foires aux vins sont d'un bon niveau. Mais nous essayons ici de vous donner un avant-goût de ce que vous allez y trouver et de ce qui nous a séduit.

E.Leclerc

À PARTIR DU 4 OCTOBRE

Ici, l'accent est porté sur deux points : les jeunes vignerons et les Vins de France, ces derniers étant de plus en plus à la mode (voir notre article sur les appellations dans Tanin n° 5). Comme c'est le cas depuis quelques années désormais, la sélection est assurée par le meilleur sommelier du monde 2007 : Andreas Larsson. Aucune région n'est négligée, ce qui est plus qu'appréciable.

Amirault-Grosbois, Canon de Secours, Vin de France, 2020, rouge, 7,75 € (Exclu Web)

Dégustation : Attention, nous sommes ici sur un total OVNI. Vin issu de vignes du Sud-Ouest (Gaillac), il est le résultat d'un assemblage étonnant et détonnant : duras, braucol, merlot et syrah ! Dans le verre, on retrouve un vin qui explose en fruits. Il ne laisse pas indifférent avec sa finesse et sa fraîcheur. Une cuvée qui aura une durée de survie bouteille très courte, étant donné son niveau qualitatif.

Le top 5 :

Château de Chantegrive, Cuvée Caroline, Graves, 2021, blanc, **14,90 €**
Rémi Seguin, Côtes de Nuits Villages, Bourgogne, 2020, rouge, **23,95 €**
Domaine l'Autrandine, Les Escoulaires, Vinsobres, 2020, rouge, **6,45 €** (Jeune Vigneron)
Château de La Rivière, Fronsac, 2020, rouge, **11,95 €**
Domaine Pecany, Réserve, Monbazillac, 2021, blanc moelleux, **7,50 €**

L'AVIS DE TANIN :
Nous sommes en présence d'une sélection très large, d'autant que chaque magasin est libre ensuite d'ajouter les cuvées de ses propres fournisseurs. Il y en aura pour tout le monde. Nous avons été particulièrement séduits par la très belle qualité de nombreuses bouteilles d'entrée de gamme. Cependant, nous devons signaler une certaine disparité, passant de cuvées simplement correctes à des vins magnifiques. Ces derniers étant en grand nombre, on peut en conclure à une sélection réussie.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6152953600524

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Auchan

DU 27 SEPTEMBRE AU 11 OCTOBRE

Avec 279 cuvées sélectionnées, dont 40 % coûtent moins de 5 €, Auchan fait le choix des petits prix et des bons plans. La sélection permettra de remplir sa cave de vins prêts à boire, et de tenir toute l'année.

Domaine Maison, Émotion, Cheverny, 2020, blanc, 4,73 €

Dégustation : Cheverny est une de ces appellations que l'on oublie trop souvent. Elle a pourtant de sérieux atouts à revendre : cette cuvée « Émotion » en est le parfait exemple. Un assemblage de cépages ligériens réussi pour un vin tout en fraîcheur et en tension. Il saura accompagner parfaitement vos fruits de mer et vos apéritifs. N'oubliez pas la bouteille au fond de votre cave : il est à boire dès maintenant.

Le top 5 :

Domaine des Ruettes, Saumur-Champigny, 2017, rouge, **4,66 €**

Domaine Vallot, Le Coriançon, Vinsobres, 2019, rouge, **8,95 €**

Domaine du Vieux Collège, Fixin Les Champs des Charmes, 2020, rouge, **19,65 €**

Château La Cottière, Côtes de Bourg, 2019, rouge, **4,95 €**

Domaine de la Freissinières, Luberon, 2021, rosé, **3,90 €**

L'AVIS DE TANIN :

L'atout de cette sélection, ce sont les prix globalement très bas. Il y a de vrais bons plans et de bonnes affaires à réaliser. En revanche, nous devons souligner la faible quantité de vins bios et HVE (Haute Valeur Environnementale) qui représentent à peine plus de 10 % de l'offre. En 2022, nous sommes en droit d'en espérer un peu plus.

biocoop

LA BIO NOUS RASSEMBLE

DU 19 SEPTEMBRE AU 3 OCTOBRE

Cette année, Biocoop compte un pourcentage important de vins certifiés en biodynamie, le reste étant évidemment labellisé en Agriculture Biologique.
L'accent est mis sur des vins « prêts à boire ». Aucune région française n'est négligée. À noter l'intéressante sélection de vins étrangers, notamment du côté italien.

Dominique Gruhier, Crémant de Bourgogne Extra-brut, 2019, blanc effervescent, 13,95 €

Dégustation : Un vrai bonheur de pouvoir goûter des crémants fournisseurs d'émotions. C'est le cas avec cette cuvée. Un assemblage pinot noir-chardonnay qui saura vous charmer. Tout y est, une texture crémeuse, une fraîcheur salivante, une longueur impressionnante et un dosage contenu et maîtrisé. Un équilibre magnifique pour un prix tenu.

Le top 5 :

Baumann Zirgel, Gewurztraminer, Alsace, 2020, blanc, **13,20 €**

Olearia V. Orsogna, Civitas Pecorino, Abbruzzes Italie, 2021, blanc, **7,95 €**

Fabrice Gasnier, Les Cornuelles, Chinon, 2020, rouge, **13,70 €**

Château Coulonge, Bordeaux, 2019, rouge, **6,95 €**

Domaine Cazes, Rivesaltes ambré, 2013, Vin Doux Naturel, **21,90 €**

L'AVIS DE TANIN :

Nous avons été très satisfaits de voir la quantité de bons rapports qualité/prix. Beaucoup de cuvées sont très accessibles, même si labellisées en bio, et d'un niveau très intéressant. La sélection est bien construite et permettra à beaucoup d'y trouver leur compte.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6152953600524

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Carrefour

DU 27 SEPTEMBRE AU 10 OCTOBRE

Carrefour prend le parti de continuer avec ses vignerons partenaires. On ne change pas une équipe qui gagne. L'avantage, c'est que l'on sait où l'on va, le chemin est bien balisé. Des vignerons indépendants, des coopératives, des négociants, tout le monde trouve sa part. Une part non négligeable de vins labellisés sur l'aspect environnemental. La sélection sera disponible dans les Carrefour, les Carrefours Market et en ligne via les Drives.

Le Rocher de mon Grand-Père, Bourgueil, 2021, rouge, 6,95 € (la deuxième à - 50 %)

Dégustation : Elle est là la belle surprise. Cuvée produite par le Domaine Mercier Vallée, c'est un vin dont nous n'attendions pas grand-chose et qui a su nous séduire. Un cabernet franc velouté, mûr, gourmand, avec un toucher de bouche en finesse. Un vin qui charme et qui envoûte. Le seul point noir est de ne pas avoir ce vin en magnum. Chaque verre appelle le suivant. Bombe.

Le top 5 :

Jean Becker, Riesling, Grand Cru Froehn, 2019, blanc, **13,95 €**

Verget, Bourgogne, « Grand Élevage », 2019, blanc, **16,95 €**

Petit Soutard, Saint-Émilion Grand Cru, 2016, rouge, **17,95 €**

Domaine Muré, Gewurztraminer Vendanges Tardives, Grand Cru Vorbourg, 2018, blanc liquoreux, **20,95 €**

Marc Parcé, « 1982 élevé 39 ans », Rivesaltes, Vin Doux Naturel, **29,95 €**

L'AVIS DE TANIN :

En effet, il y avait très peu de têtes inconnues dans la sélection. Cela va rassurer les amateurs habitués qui veulent retrouver leurs chouchous, mais cela frustrera ceux qui sont avides de nouveautés. Le niveau global des vins est relativement bon, pas de grosse déception. Dans tous les cas, il y aura de quoi remplir sa cave pour les mois qui suivent. À noter la belle diversité dans les vins de Bordeaux, entre modernité fruitée et Grands Crus de bonne tenue.

Groupe Casino

DU 26 AOÛT AU 11 SEPTEMBRE

Cette année, le groupe Casino met en avant les vins du Club des Sommeliers. Ils sont le fruit de collaborations avec des propriétés connues et reconnues. Par ailleurs, on remarquera l'accent mis sur les vins de Corse dont la sélection est assez étoffée. La recherche a été axée sur des vins qualitatifs et accessibles au plus grand nombre.

Château du Taillan, Haut-Médoc, 2018, rouge, 13,50 €

Dégustation : Nous voici en présence d'un magnifique Cru Bourgeois. Il symbolise le renouveau des vins médocains, à la recherche de l'équilibre et de la buvabilité. Tout est idéalement à sa place : des fruits mûrs, des tanins fondus et un boisé léger pour apporter une finale remarquable. Il pourra être conservé quelques années sans problème.

Le top 5 :

Maison Gosset x Club des Sommeliers, Grande Réserve, Champagne, effervescent blanc, **26,95 €**

Corine Mauro, Côtes de Duras, 2021, blanc, **8,95 €**

Hecht & Bannier, Picpoul de Pinet, 2021, blanc, **6,90 €**

Domaine la Camarette, Ventoux, 2020, rouge, **6,75 €**

Famille Jouffreau, 1610, Cahors, 2020, rouge, **5,50 €**

L'AVIS DE TANIN :

À la vue de notre sélection, on remarque rapidement le prix des vins. De jolies pépites accessibles dans toutes les régions. La gamme est relativement homogène, peu de déceptions. De plus, il convient de souligner la qualité des vins issus de la collaboration avec le Club des Sommeliers. On y trouve vraiment de quoi remplir sa cave à moindre frais.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6152953600524

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

cora

DU 13 SEPTEMBRE AU 1ER OCTOBRE

Cette année, Cora mise sur près de 400 références, dont 90 % sont des nouveautés. Cette foire aux vins affiche également 20 % de vins ayant une certification environnementale. Évidemment, l'enseigne privilégie les petits prix et a concocté de nombreuses offres, dont des 4 + 2.

Damien Martin, Les Vins de Lana, Saint-Véran, 2021, blanc, 8,99 €

Dégustation : Nous voici en présence d'un blanc de Bourgogne très accessible. Oui, c'est possible ! Ce très joli vin joue sur une belle fraîcheur d'agrumes. Nous sommes évidemment loin du chardonnay riche et beurré qu'il faut laisser dormir en cave. Ici, on est sur une jolie cuvée à partager avec des copains, idéale sur un poisson à la plancha.

Le top 3 :

Louis Haulller, Grand Cru Frankstein Riesling, Alsace, 2017, blanc sec, **8,99 €**

Cave Robert & Marcel, Les Petites Roches, Saumur Puy-Notre-Dame, 2018, rouge, **5,30 €**

Château Haut-Liloie, Bordeaux Supérieur, 2017, rouge, **3,40 €**

L'AVIS DE TANIN :

Qui dit petit prix ne dit pas forcément petit vin. Au contraire : Cora présente une sélection de belle qualité, qui mérite clairement un coup d'œil. Certaines régions sont bien valorisées (Bordeaux, Beaujolais, Alsace...) et le blanc est mis à l'honneur avec une gamme large.

franprix

DU 19 SEPTEMBRE AU 9 OCTOBRE

Magasins urbains par excellence, les Franprix souhaitent séduire leur clientèle avec des vins prêts à boire. Ils savent bien que les citadins n'ont généralement pas la place pour conserver leurs flacons. Autre argument de poids : la moitié des références coûtera moins de 8 € grâce à de nombreuses offres de réduction.

Gilles Flacher, Saint-Joseph, 2019, rouge, 14,95 €

Dégustation : Un vin issu d'une célèbre appellation rhodanienne : Saint-Joseph. Cette cuvée offre un beau fruité mûr, sur les fruits rouges, de belles épices poivrées, éclatant de soleil. Il gagnera à patienter encore quelques années en cave, mais peut se déguster bien aéré dès à présent. Astuce : plus la carafe est large, plus le vin sera aéré de façon violente et rapide, ce qui sera utile ici.

Le top 5 :

Château Larcis Jaumat, Saint-Émilion Grand Cru, 2018, rouge, **15,50 €**

Cave de Lugny, La Vigne du Cloître, 2020, blanc, **7,50 €**

Château Merville, Saint-Estèphe, 2016, rouge, **14,95 €**

Domaine du Val Lamartinien, Saint-Véran, 2021, blanc, **8,95 €**

Château Delmond, Sauternes, 2017, blanc liquoreux, **14,50 €**

L'AVIS DE TANIN :

Une sélection très intéressante avec de jolies cuvées en dessous de 15 €. On ressent bien l'accent mis sur les vins de Bourgogne et du Beaujolais, pour répondre à la demande actuelle. Il y a beaucoup d'appellations classiques mais qui sont d'une très belle efficacité. À regarder de près.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6152953600524

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Intermarché

DU 6 AU 25 SEPTEMBRE

Intermarché fait le choix de la sélection de producteurs au bon rapport qualité/prix. Toutes les régions sont bien représentées. L'enseigne entend garder une réelle proximité avec ses clients et ses fournisseurs.

ATTENTION PAS LA BONNE BOUTEILLE ICI c'est un Hautes Côtes de Nuits et non un Hautes Côtes de Beaune

Hudelot-Bajard, Bourgogne Hautes-Côtes de Beaune, 2020, rouge, 10,90 €

Dégustation : Oui les bourgognes accessibles et bien faits existent toujours, en voici la preuve. Nous sommes sur un vin certifié bio, qui joue la carte de la délicatesse. Une très jolie maturité accompagnée de tanins très fins donne à cette cuvée une très belle buvabilité. À déguster dès à présent.

Le top 5 :

Sigalas Rabaud, La Demoiselle de Sigalas, Bordeaux blanc, 2016, blanc sec, **12,90 €**

Château de la Chaize, Le Marquis, Morgon, 2020, rouge, **7,90 €**

Château Pontet-Fumet, Saint-Émilion Grand Cru, 2018, rouge, **12,95 €**

Domaine Bouchié Chatellier, Les Satins, Pouilly-Fumé, 2021, blanc, **13,50 €**

Champagne Bollinger, Spécial Cuvée, Champagne, effervescent brut, **36,95 €**

L'AVIS DE TANIN :

L'intérêt de cette sélection, c'est qu'on y retrouve de vraies pépites à petits prix. Les amateurs de grands classiques ne seront pas dépaysés non plus, ils auront de quoi faire. Assurément une Foire aux Vins qui s'adresse à tous.

E.Leclerc

À PARTIR DU 4 OCTOBRE

Ici, l'accent est porté sur deux points : les jeunes vignerons et les Vins de France, ces derniers étant de plus en plus à la mode (voir notre article sur les appellations dans Tanin n° 5). Comme c'est le cas depuis quelques années désormais, la sélection est assurée par le meilleur sommelier du monde 2007 : Andreas Larsson. Aucune région n'est négligée, ce qui est plus qu'appréciable.

Amirault-Grosbois, Canon de Secours, Vin de France, 2020, rouge, 7,75 € (Exclu Web)

Dégustation : Attention, nous sommes ici sur un total OVNI. Vin issu de vignes du Sud-Ouest (Gaillac), il est le résultat d'un assemblage étonnant et détonnant : duras, braucol, merlot et syrah ! Dans le verre, on retrouve un vin qui explose en fruits. Il ne laisse pas indifférent avec sa finesse et sa fraîcheur. Une cuvée qui aura une durée de survie bouteille très courte, étant donné son niveau qualitatif.

Le top 5 :

Château de Chantegrive, Cuvée Caroline, Graves, 2021, blanc, **14,90 €**

Rémi Seguin, Côtes de Nuits Villages, Bourgogne, 2020, rouge, **23,95 €**

Domaine l'Autrandine, Les Escoulaires, Vinsobres, 2020, rouge, **6,45 €** (Jeune Vigneron)

Château de La Rivière, Fronsac, 2020, rouge, **11,95 €**

Domaine Pecany, Réserve, Monbazillac, 2021, blanc moelleux, **7,50 €**

L'AVIS DE TANIN :

Nous sommes en présence d'une sélection très large, d'autant que chaque magasin est libre ensuite d'ajouter les cuvées de ses propres fournisseurs. Il y en aura pour tout le monde. Nous avons été particulièrement séduits par la très belle qualité de nombreuses bouteilles d'entrée de gamme. Cependant, nous devons signaler une certaine disparité, passant de cuvées simplement correctes à des vins magnifiques. Ces derniers étant en grand nombre, on peut en conclure à une sélection réussie.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6152953600524

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

DU 27 SEPTEMBRE AU 10 OCTOBRE

Cette année, les Magasins U ne changent pas leur stratégie gagnante : jouer la carte de la sélection pointue et de la proximité. Le sourcing est pris très au sérieux. Il y en aura pour toutes les bourses. Des vignerons pointus qui viennent de toute la France disponibles à prix accessibles : la promesse est tenue. À noter la sélection de vins étrangers qui n'est pas en reste.

Château Jacques Blanc, Saint-Émilion Grand Cru, 2019, rouge, 11,90 €

Dégustation : Un vin qui ne laisse pas insensible. Nous sommes loin des clichés des bordeaux trop riches, trop boisés et trop stéréotypés. Ce 2019 joue la carte du fruit et de la fraîcheur. Le merlot, majoritaire, éblouit par sa finesse. Jeune, il pourra être conservé quelques années mais il frappe déjà par sa buvabilité. Son prix tout petit permet de s'offrir un beau représentant de cette appellation mythique.

Le top 5 :

Jean Huttard, Riesling Zellenberg, 2018, blanc, **11,50 €**

Château de Pierre-Filant, Vieilles Vignes, Côtes de Brouilly, 2020, rouge, **6,95 €**

Le Pauillac de Haut-Bages Libéral, Pauillac, 2020, rouge, **36,95 €**

Demilly de Baere, Blanc de Noirs Brut, **18,95 €**

Famille Alain Jaume, Garrigues, Côtes du Rhône, 2020, rouge, **5,95 €**

L'AVIS DE TANIN :

Une sélection large et pointue : des classiques, des découvertes et un bon niveau global. Une vraie satisfaction. Les vins labellisés en Agriculture Biologique n'ont pas été négligés non plus. Globalement, on y trouvera surtout des vins prêts à boire qu'il n'est pas besoin de conserver en cave (à quelques exceptions près). Cette sélection sera complétée par certains magasins, auprès de leurs fournisseurs habituels.

MONOPRIX

DU 16 SEPTEMBRE AU 2 OCTOBRE

Monoprix continue son travail de fond pour offrir une gamme originale et moderne à ses clients. De nombreuses cuvées sont labellisées en bio ou biodynamie, certaines cuvées sont exclusives, et l'enseigne n'hésite pas à proposer des vins sans appellation. La créativité est de rigueur !

Domaine des Terres Blanches, Sauvage, Les Baux-de-Provence, 2018, rouge, 13,90 €

Dégustation : Non, les Baux-de-Provence, ce n'est pas qu'une appellation pour l'huile d'olives, c'est aussi un sacré terroir de vin. Le domaine est certifié en bio depuis 1970, un de ces pionniers qu'il faut féliciter. Dans le verre, on a une bouche suave, du fruit noir infusé qui apporte de la gourmandise aux tanins veloutés. Assurément un vin très séduisant qui en charmera plus d'un.

Le top 5 :

Albert Bichot, Champ la Dame, Givry, 2019, rouge, **17,10 €**

Champagne Thiénot, Brut, blanc effervescent, **30,90 €**

Château de la Roulerie, L'Orangeraie, Coteaux du Layon, 2019, blanc liquoreux, **18,90 €**

Château de Suronde, l'Esquisse, Anjou blanc, 2020, blanc, **8,90 €**

Christophe Avi, L'Avi est Belle, Vin de France, 2021, blanc, **8,50 €**

L'AVIS DE TANIN :

Comme chaque année, la foire aux vins de Monoprix compte parmi les plus originales de toutes. Une vraie sélection de caviste. Il y en a pour tout le monde : les fervents amoureux de vins natures, ceux qui veulent se faire plaisir à moindre coût, et même ceux qui privilégient des cuvées plus traditionnelles.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6152953600524

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

NICOLAS

DU 7 SEPTEMBRE AU 4 OCTOBRE

Pour sa foire aux vins, Nicolas a choisi une sélection resserrée qui correspond bien à la marque qui cherche à mettre en avant des domaines moins connus et en propose d'autres de référence. Avec le nombre important de boutiques Nicolas en France, l'enjeu est aussi d'avoir les quantités nécessaires pour ne pas décevoir les clients qui attendent cette sélection. Le choix de proposer des vins à moins de 10 € est assumé avec cette volonté d'amener du sang neuf comme notre coup de cœur.

Pierre Vidal, Sans l'Ombre du Soufre, Côtes du Rhône Villages, 2021, rouge, 8,80 €

Dégustation : Au premier regard, la bouteille attire l'œil avec sa calligraphie originale. Le fait que le vin soit bio, végan et sans soufre ajouté fait craindre de tomber dans les clichés. Pourtant, c'est une très belle surprise à la dégustation. Pierre Vidal a réussi à produire un vin puissant, qui a du caractère, tout en préservant un bel équilibre. Il se démarque très nettement grâce à son originalité. Avec des notes de fruits noirs et une belle finition pour ce vin charnu, Nicolas a déniché une petite pépite pour un prix très raisonnable.

Le top 3 :

Château Paul Mas, Clos des Mûres, AOP Coteaux du Languedoc, 2020, rouge, **10,30 €**

Mas de Novi, AOP Languedoc Grés de Montpellier, 2017, rouge, **11,15 €**

Labouré-Roi, AOP Mâcon, 2020, rouge, **8,30 €**

L'AVIS DE TANIN :

Une sélection assez réduite dont la volonté affichée est de proposer des vins abordables. Un vrai coup de cœur, une cuvée rassurante et connue de chez Labouré-Roi et deux vins à essayer dans notre sélection. On peut éventuellement regretter le manque d'étiquettes connues, mais on saluera l'effort de faire découvrir de nouveaux terroirs et domaines.

nysa

DU 9 AU 25 SEPTEMBRE

Pour cette deuxième année consécutive, Nysa a fait le choix d'un positionnement clair : les cuvées sélectionnées pour cette foire aux vins sont exclusivement certifiées (ou en conversion) vers l'agriculture biologique. 25 références ont ainsi été retenues, renouvelant certains partenariats déjà mis en place tout en ouvrant la voie à de nouveaux producteurs. L'ambition affichée est d'élargir la visibilité de l'enseigne tout en envoyant un message qualitatif fort.

Terrimbo, Collioure AOC, 2017, rouge, 21,95 €

Dégustation : Un nez de gelée de fraises, légèrement herbacé, qui attire. Le vin plonge en bouche en délivrant une aromatique de petits fruits rouges soutenus par des tanins frétillants. C'est linéaire, avec une belle matière mais sans aucune lourdeur. La preuve que l'appellation Collioure produit de vraies pépites.

Le top 5 :

Domaine Philippe Gilbert, 35 Rangs, Menetou-Salon, 2015, rouge, **32,95 €**

Burckel-Jung, Alsace, Riesling, 2018, blanc, **19,95 €**

La Raia, Gavi DOCG, Italie, 2021, blanc, **13,95 €**

Château Mourgues du Grès, Les Voyageurs, Vin de France, 2021, rouge, **8,50 €**

Château Haut-Monplaisir, Les Cadettes, IGP Côtes du Lot, 2021, rouge, **9,50 €**

L'AVIS DE TANIN :

La sélection est une réussite, avec une majorité de vins en appellation et pas mal de références sudistes. Nous pouvons saluer la qualité globale ainsi que l'attractivité des tarifs avec plus de 14 cuvées à moins de 15 € !
Par ailleurs, le style des vins est varié avec des bouteilles faciles à boire, « pour l'apéro », d'autres plus complexes qui demanderont peut-être un peu de patience.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

LAVINIA

DU 5 SEPTEMBRE AU 3 OCTOBRE

Lavinia fête ses 20 ans, et pour cela plus de 250 cuvées seront disponibles à prix préférentiels. L'accent est mis sur les vins labellisés qui composent plus de la moitié de la sélection. Par ailleurs, L'enseigne met en avant les nombreuses collaborations exclusives réalisées avec des vignerons de qualité.

La Réserve d'O, Histoire d'O, Terrasses du Larzac, 2019, rouge, 19,90 €

Dégustation : Domaine situé sur une commune en altitude, Arboras, il propose des vins biodynamiques qui jouent la carte de la fraîcheur. On est sur un jus de fruits noirs frais avec une touche mentholée. Un vin de grande buvabilité, d'un équilibre total. La preuve, une fois encore, que l'on peut être dans le Sud et proposer des cuvées fines et croquantes. Un vrai coup de cœur !

Le top 5 :

Florent Cosme, Grosse Pierre, Vouvray, 2020, blanc, **10,80 €**

Domaine Valette, Pouilly-Fuissé, 2015, blanc, **37,90 €**

Clos Constantin, Les Polissons, Côteaux du Languedoc, 2021, rouge, **11,80 €**

Clos Marie, l'Olivette, Pic Saint-Loup, 2020, rouge, **22,40 €**

Domaine de Montcalmès, Terrasses du Larzac, 2018, rouge, **31,90 €**

L'AVIS DE TANIN :

Nous avons été particulièrement séduits par la sélection languedocienne, d'une précision et d'une homogénéité remarquables. À noter qu'il y aura de vraies baisses de prix et de belles affaires à faire ! Deux petits bémols toutefois : déception globale des vins « nature » qui étaient loin de tout reproche en termes de stabilité, et absence de vins de Bordeaux dans la sélection (en tout cas dans celle qui a été proposée aux journalistes). Nous trouvons dommage de mettre de côté une telle région.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MILLÉSIMES

AU PLUS PRÈS DES PLUS GRANDS DEPUIS 1984

DU 14 SEPTEMBRE AU 5 OCTOBRE

Pour cette foire aux vins, Millésimes a sélectionné 120 cuvées dont beaucoup sont produites par des domaines renommés. Il y a une réelle ambition qualitative, avec des promotions variant de - 5 à – 25 % permettant d'acquérir de belles références. Une grande majorité d'entre elles sont françaises, mais quelques noms internationaux complètent la sélection.

Domaine de la Pâturie, Gueules de Loups, Franche-Comté, 2020, rouge, 18 €

Dégustation : Le pinot noir, cépage inhabituel en territoire franc-comtois. Nous en avons ici une très belle expression avec une entrée en bouche affirmée, riche, qui se développe en souplesse. Des notes de romarin se mêlent à des arômes de groseilles délicieux.
Un vin qui se démarque !

Le top 5 :

Domaine Comte Abbatucci, Diplomate d'Empire, 2017, blanc, **66 €**

Domaine Arnoux Père et Fils, Chorey-lès-Beaune, 2019, rouge, **19,90 €**

Domaine Mirmanda, Cibelle, Vin de France, 2020, rouge, **13,90 €**

Domaine Bruno Clair, Marsannay, 2019, rouge, **36 €**

Domaine de la Pâturie, Cœurs de Loups, Franche-Comté, 2019, blanc, **18 €**

L'AVIS DE TANIN :

Une belle sélection mettant en avant de grands noms de la Bourgogne et du Bordelais et qui offre la possibilité d'accéder à des cuvées de référence à prix plus souples. Ceux-ci sont d'ailleurs bien maîtrisés sur l'ensemble de la sélection. La qualité est élevée et tout amateur pourra se faire plaisir.

LES PASSIONNÉS DU VIN

DU 7 AU 26 SEPTEMBRE

Cette année, le site a choisi de sélectionner 200 cuvées qui seront mises en vente progressivement tout au long du mois de septembre. Toutes les régions de France sont représentées, avec une majorité de « vins d'auteurs » tel que les défend le site depuis ses débuts. Nous pouvons également remarquer une mise en avant de cuvées en agriculture biologique ou biodynamique, reflet de cette sensibilité grandissante.

Domaine Zind-Humbrecht, Riesling Clos Hauserer, 2019, blanc, 45,90 €

Dégustation : Un vin au nez délicat de fleurs et de cire, qui contraste avec les habituelles notes pétrolées de nombreux Riesling. La bouche est tout aussi raffinée, patinant le palais dans un mouvement sphérique très minéral. C'est salivant, subtil, délicieux. Un grand vin qui vaut l'investissement.

Le top 5 :

Domaine Vincent Paris, Granit 30, Cornas, 2020, rouge, **23,90 €**

Champagne Jacquesson, Cuvée 745, blanc effervescent, **55 €**

Domaine J.-H. et G. Goisot, La Ronce, Côtes d'Auxerre, 2019, rouge, **23,90 €**

Domaine J.-C. Marsanne, Saint-Joseph, 2019, rouge, **21,90 €**

Domaine Arretxea, Irouleguy, 2020, rosé, **12,90 €**

L'AVIS DE TANIN :

Les gammes de prix sont variées, entre pépites méconnues et références plus iconiques, ce qui permet de dénicher des vins à boire immédiatement ou d'investir dans sa cave pour l'avenir. De très belles découvertes grâce à une sélection attentive. On sent un véritable effort de recherche mais qui sait rester accessible, ce qui donne envie de se laisser guider en toute confiance.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6152953600524

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

V&B and VINS ET BIÈRES

DU 7 AU 21 SEPTEMBRE

36 références choisies seront disponibles dans les 250 magasins de l'enseigne répartis à travers toute la France.
La sélection s'oriente majoritairement vers des cuvées jeunes, accessibles, couvrant la plupart des régions viticoles. Beaucoup d'offres concernent les prix du carton de bouteilles (5 + 1 offerte), ce qui incite à remplir sa cave !

Château de Pierreux, Réserve, AOC Brouilly, 2021, rouge, 12,50 €

Dégustation : La couleur rubis de ce Brouilly est déjà attirante à l'œil. En bouche, le vin est vif et délivre une belle palette aromatique, de prune noire et de cassis, structurée par juste ce qu'il faut d'acidité pour tenir la bouche. L'équilibre de fruit et de tanins est plaisant. C'est une cuvée accessible et bien faite, qui donne notamment envie de cuisiner !

Le top 5 :

Aegerter Père et Fils, Les Enfants Terribles, Pinot Noir Vin de France, 2021, rouge, **9 €**

Champagne Thiénot, Brut, Champagne, blanc effervescent, **29,95 €**

M. Chapoutier, Combe Pilate, IGP Collines Rhodaniennes, 2020, blanc, **11,50 €**

Château Haut-Meyreau, Grand Pa', Bordeaux, 2020, rouge, **8,95 €**

Vignobles Alain Brumont, AOP Pacherenc du Vic Bilh, 2020, blanc, **9,90 €**

L'AVIS DE TANIN :

Il y a clairement une volonté de mettre en avant des domaines méconnus, tout en proposant les références des grands noms du négoce. La sélection est réussie puisque l'objectif d'offrir des vins accessibles, bien faits, et à boire dans leur jeunesse, est atteint. Les prix restent doux et beaucoup de cuvées correspondent aux goûts du jour : légèreté et gourmandise.

wineandco

DU 30 AOÛT AU 4 OCTOBRE

Acteur désormais incontournable dans la vente de vin en ligne, Wine and Co a sélectionné plus de 300 vins et champagnes pour cet événement. Plus d'un tiers des vins sont labellisés en agriculture biologique, ce qui mérite d'être souligné, une grande diversité de millésimes est disponible, ce qui est rare, et 70 % des vins s'affichent à moins de 20 €, ce qui est remarquable.

Domaine du Bienheureux, Châteauneuf-du-Pape, 2020, rouge, 30 €

Dégustation : « Oh oui ! » C'est instantanément ce que le cerveau a voulu exprimer. Il est de cette école des vins du Rhône Sud qui font dans « l'infusion ». Finesse, fraîcheur, on est sur un vin gourmand comme tout. Une petite coquinerie qu'on a envie de partager avec les copains. Il tiendra quelques années de garde, mais il est déjà éclatant.

Le top 5 :

Mas de la Seranne, À l'ombre du Figuier, Languedoc, 2021, rouge, **7,90 €**

Les Vignes Oubliées, Autour du Cinsault, Languedoc, 2020, rouge, **14,90 €**

Champagne Pierson-Cuvelier, Grand Cru Cuvée Prestige, effervescent blanc, **19,90 €**

Domaine de Villaine, Bouzeron, 2020, blanc, **23,50 €**

Château de Fargues, Sauternes, 1996, blanc liquoreux, **72 €**

L'AVIS DE TANIN :

C'est ce que l'on appelle une sélection intelligente : il y en a pour tout le monde. Toutes les régions, tous les prix, une diversité impressionnante de millésimes... que demander de plus ? Nous ne pouvons qu'encourager un tel parti pris. Qualitativement, la sélection dégustée est de très bon niveau. C'est du sérieux.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6152953600524

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

LA GRANDE EPICERIE PARIS

DU 7 SEPTEMBRE AU 5 OCTOBRE

La sélection 2022 compte environ 200 références. On n'y retrouve que du vin français. Les cuvées sont disponibles dans les deux magasins parisiens (rue de Sèvres et rue de Passy), mais aussi sur le site Internet, au même prix ! Une grande majorité de vins sont certifiés en Agriculture Biologique et proviennent de toutes les régions.

Domaine Gramenon, Poignée de raisins, 2020, rouge, 11,90 €

Dégustation : Domaine déjà bien installé, ce n'est plus une découverte. Cependant, il nous faut encore souligner la justesse de ce vin lors de la dégustation. Dans la mouvance des vins rouges de couleur claire, il respecte la promesse visuelle, celle d'un vin frais, croquant, facile tout en étant parfaitement équilibré. Là où certains peuvent manquer de justesse, « Poignée de raisins » est simplement parfait. À déguster légèrement rafraîchi et après un peu d'ouverture.

Le top 5 :

Domaine Trapet, Beblenheim, Alsace, 2020, blanc, **16,50 €**

Domaine des Marrans, Corcelette, Morgon, 2020, rouge, **12,90 €**

Domaine Mia, Les Caudroyes, Mercurey, 2020, rouge, **23,90 €**

Mas Peyrolle, Vère, Pic Saint-Loup, 2019, rouge, **13,90 €**

Château Haut-Bergey, Pessac-Léognan, 2016, rouge, **26,90 €**

L'AVIS DE TANIN :

La Grande Épicerie respecte son statut : capable de proposer de grands noms comme de découvrir des nouveaux talents. Il n'y a aucune déception dans la gamme, d'autant qu'une grande partie des cuvées reste très accessible. Un vrai travail de recherche et de sélection qui est un modèle du genre.

DUCLOT

CHATEAUNET, LA CAVE GALERIES LAFAYETTE, BADIE, L'INTENDANT

DU 2 AU 24 SEPTEMBRE

Duclot annonce plusieurs branches de commercialisation pour cette foire aux vins. 300 références sont disponibles chez Chateaunet (Malakoff), tandis qu'une remise de 10 % sera appliquée sur une sélection de cuvées à la cave des Galeries Lafayette (Paris), Badie et l'Intendant (Bordeaux). La sélection est vaste, Bordeaux, Bourgogne, Loire et Rhône en grande partie. De grandes références côtoient des bouteilles plus accessibles, avec une vraie recherche de qualité.

Domaine Aurélien Chatagnier, Saint-Joseph, 2019, blanc, 23,33 €

Dégustation : Un vin avec beaucoup de matière et de complexité, dont le nez séveux avec des éclats d'ambre inspire dès le début. La première gorgée est ample, érable et miel se mêlent dans un équilibre remarquable. Quelques légers amers donnent une finale profonde et fraîche, on a envie d'y replonger. C'est un vin désirable, avec une réelle identité.

Le top 5 :

Domaine Tempier, Bandol, 2018, rouge, **30 €**

Domaine de la Bretonnerie, Château Thébaud, Muscadet Sèvre et Maine, 2018, blanc, **9,50 €**

Domaine du Coulet, D86, Saint-Joseph, 2019, rouge, **23,40 €**

Château de Sales, Pomerol, 2014, rouge, **25,50 €**

Clos Floridène, Graves, 2018, blanc, **17,92 €**

L'AVIS DE TANIN :

Une belle édition où l'ensemble de la gamme témoigne d'une vraie qualité. Nous apprécions particulièrement l'offre de millésimes variés, permettant notamment d'accéder à des vins d'âge à prix attractifs. Le Bordelais est très présent mais il ne fait pas d'ombre à de jolies références en Loire et en Rhône. Un seul regret : l'obligation de se limiter aux 4 points de vente, ce qui ne permet pas à tous de profiter de ces offres.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6152953600524

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Aujourd'hui en France (WEEK-END)

Famille du média : **PQN**
(Quotidiens nationaux)
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **1198000**
Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **02 septembre 2022**
P.16
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **557**

LA PASSION DES ROUGES

Appellations star, comme le crozes-hermitage, ou plus méconnues, comme le vinsobres et le fixin, voici dix cuvées pour enflammer vos dîners.

Image non disponible.
Restriction de l'éditeur

PHOTOS © SP - L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

Vin de France
LE PETIT XAVIER, XAVIER VIGNON
Meilleur rapport qualité-prix de notre sélection, cette cuvée dévoile un nez frais de fleurs et de fruits rouges, délicatement poivré. Gourmande et minérale en bouche, elle sait aussi se faire gouleyante. Idéale pour un apéro dînatoire.
5,40 € chez Casino

Ventoux 2021
LES HAUTS DE BACCHUS, BERNARD MAGREZ
Le groupe viticole, propriétaire de quatre grands crus classés, nous régale avec cette « petite » cuvée. Son bouquet de fruits rouges, tout en souplesse et en fraîcheur, dévoile un jus dynamique. À déguster avec un parmentier de canard.
5,49 € chez Lidl

Côtes-du-rhône 2021
DE NATURA RERUM, DAUVERGNE-RANVIER
Parfaite maturité pour ce rouge rond et savoureux. Grenache et syrah s'unissent dans une explosion de fruits rouges et noirs, et s'expriment délicatement, avec un joli croquant et beaucoup de fraîcheur. Avec un hamburger maison.
7,20 € chez Monoprix

Saint-georges-saint-émilion 2020
CHÂTEAU BELLONE
Une belle surprise pour cette appellation réputée austère et tannique, qui dévoile ici une très belle matière fruitée et florale, avec un juteux rafraîchissant. Un flacon plein de charme pour accompagner une terrine de lapin.
7,95 € chez Auchan

Vin de France 2021
LES VOYAGEURS, FRANÇOIS COLLARD
Superbe découverte que ce vin de France produit en biodynamie, qui assemble des cépages italiens (montepulciano et nielluccio). Son parfum aux délicates notes de rose laisse place à une bouche minérale et tendue. Sa finale finement herbacée s'accorde avec des pâtes au pesto.
8,50 € chez Nysa

Vinsobres 2019
DOMAINE VALLOT
Cette appellation méconnue de la vallée du Rhône méridionale recèle des vins élégants et frais. Celui-ci, en biodynamie, s'ouvre avec un bouquet de violette, de réglisse et de garrigue. Puis les fruits gourmands s'invitent. En bouche, beaucoup de volume et d'équilibre, avec une superbe finale. Parfait avec des côtes d'agneau.
8,95 € chez Auchan

Chinon 2021
LA CUISINE DE MA MÈRE, NICOLAS GROSBOIS
Superbe expression du cabernet franc dans une belle maturité, tout en restant croquant. Fruits noirs, fleurs et minéralité infusent une matière fraîche et gouleyante, qui se prolonge dans une longue finale sapide. Un vin à marier à un petit salé aux lentilles.
9,40 € à La Grande Épicerie de Paris

Corbières 2019
LES HERBES HAUTES, JEFF CARREL
Grenache, carignan et syrah pour cette cuvée qui délivre une matière à la fois dense et pleine de fraîcheur et de finesse. Ses belles notes de cassis et d'épices laissent un petit goût de revenez-y et feront des étincelles avec un foie de veau.
9,50 € chez Nicolas

Crozes-hermitage 2019
MAISON FERRATON
Après des effluves de moka, le nez se fait sauvage. La bouche surprend par ses saveurs florales et révèle un jus très rafraîchissant. À carafer pour déguster dès maintenant, ou à garder quelques années. Avec une côte de bœuf.
14,40 € chez Intermarché

Fixin 2020
LES CHAMPS DES CHARMES, DOMAINE DU VIEUX COLLÈGE
Un pinot noir dans toute sa splendeur : notes de cerises à l'eau-de-vie, nez mûr, belle fraîcheur et texture aux tanins fondants et au boisé bien intégré. Un pâté en croûte s'impose.
19,65 € chez Auchan

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Le Monde Supplément

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**

Périodicité : **Irrégulière**

Audience : **2416000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **03 septembre 2022 P.8-8**

Journalistes : **OPHÉLIE NEIMAN**

Nombre de mots : **1535**

La foire 2022 en huit points-clés

Après la pandémie, le rendez-vous automnal retrouve un rythme normal

Les foires aux vins démarrent et s'étaleront, selon les enseignes, sur la totalité du mois de septembre et jusqu'à fin octobre pour les plus tardives. Si les stratégies divergent à la marge, toutes ont d'abord voulu proposer une large palette de vins, de toutes les régions et à des prix les plus bas possibles. Le tarif moyen d'une bouteille durant cet événement oscille entre 8 et 10 euros, mais ce montant est gonflé par les rares grands crus, le cœur de gamme se situant plutôt entre 5 et 7 euros. Leur sélection a été compliquée cette année par deux facteurs : l'inflation qui touche les producteurs comme les ménages, et un millésime 2021 difficile à approvisionner pour certaines appellations.

1 – UN CONTEXTE DÉLICAT

Les Français achètent de moins en moins de vin dans les grandes surfaces. La dégringolade des ventes au premier semestre 2022 est patente : – 8 % en volume et – 7 % en valeur par rapport à la même période en 2021, selon FranceAgriMer. C'est même 10 % de chute, si l'on regarde la moyenne sur trois ans. Les vins rouges sont les premiers touchés par le déclin en hypermarché, en particulier les appellations d'origine protégée (AOP) : – 14,6 % en volume pour les AOP bordeaux par rapport à 2019, et – 21 % pour celles du Languedoc-Roussillon. Le prix moyen de la bouteille, en revanche, reste stable, voire grimpe un peu – l'inflation touche aussi ce secteur. Les foires aux vins de l'an dernier ont enregistré une légère hausse en valeur (1,3 %) par rapport à 2020, selon l'institut d'analyse NielsenIQ, mais on sait que les ventes en volumes sont en baisse continue depuis des années. La petite dynamique, surtout portée par les vins effervescents, pourrait ne pas se renouveler cette année. Dans ce contexte, sachant que le pouvoir d'achat des ménages est miné par la situation économique, il est difficile d'imaginer des foires aux vins 2022 florissantes.

2 – JONGLER AVEC DE FAIBLES QUANTITÉS

Les enseignes se heurtent cette année à une difficulté : 2021 est un millésime très faible en quantité, soit 13 % de moins que la moyenne des six millésimes précédents. Le Centre-Loire, la Bourgogne ou le Beaujolais sont les plus tou-

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

chés, avec environ 34 % de volumes en moins. Les distributeurs ont dû redoubler d'inventivité tactique pour s'approvisionner. *« Nous avions anticipé, en allant dans les vignobles dès octobre pour sécuriser les volumes*, explique Cyril Mondon, responsable de la commission vin pour Leclerc. *Nous avons dû faire l'impasse sur quelques appellations, comme sancerre, mais nous avons du chablis, qui est devenu très dur à trouver. »*

Pour Renaud Guerre-Genton, des magasins Système U, la baisse de production dans des appellations phares a été l'opportunité de faire entrer des AOP moins connues. Il donne cet exemple : *« On propose un montravel, à côté de Bergerac* [Dordogne], *à moins de 5 euros et c'est génial. Le nom peut interpeller mais, sur la table, il met tout le monde d'accord. »*

Carrefour, de son côté, se réjouit de pouvoir couvrir l'intégralité des appellations habituellement proposées. *« Mais, parfois, il faut réfléchir autrement, par exemple en construisant avec nos partenaires vignerons des cuvées inédites »*, confie David Gonçalves Pires, responsable de l'offre vin de l'enseigne.

3 – DES DÉCOUVERTES À PRIX BAS

Créées en 1973 (par Leclerc) pour mettre en avant des crus classés bordelais, les foires font, depuis quelques années, la part belle à des vins à boire plus rapidement et plus simplement, provenant de toutes les régions, et moins chers. Les éditions 2020 et 2021 étaient déjà marquées par une diminution du prix moyen, et cela ne change pas. La moitié des références proposées par Leclerc coûtent entre 5 et 10 euros. Dans les magasins U, soixante-quinze vins passent sous la barre des 5 euros. *« C'est une tendance depuis deux ans*, confirme Olivier Merlevède, chef de groupe vin chez Auchan. *Nous proposons cette année cent dix produits à moins de 5 euros, quasi 40 % de l'offre. En 2019, ce n'était que 30 %. »* Quant à Carrefour, si le nombre de grands crus reste important, l'enseigne propose également un carton de six bouteilles à 10 euros, soit 1,66 euro l'unité après remise. Intermarché reste l'un des plus grands acheteurs de bordeaux primeurs avec vingt crus entre 50 et 600 euros, mais qui ont au moins 3 ans et sont prêts à être bus. *« La foire aux vins est la seule opportunité de les mettre en avant »*, rappelle Stéphane Friez, responsable vin pour la marque.

4 – LE RETOUR DES SOIRÉES

En raison du Covid-19, la plupart des soirées inaugurales avaient été annulées par les grandes surfaces en 2020 et 2021. Or, elles peuvent engranger jusqu'à un tiers du chiffre d'affaires des foires. C'est avec une joie non feinte que les enseignes renouent donc avec cette tradition. *« Etre au contact de la clientèle, créer du lien en partageant un moment convivial est fondamental »*, confirme M. Gonçalves Pires. *« Nous faisons venir des vignerons, ce sont de vrais temps de dégustation »*, renchérit M. Merlevède, chez Auchan, où, en plus des hypermarchés, les soirées sont étendues aux supermarchés cette année. Adhérent au magasin de Rouffiac (Haute-Garonne), le responsable vin de Leclerc Cyril Mondon y accorde une place particulière : *« Je mets un bon de commande avec le catalogue avant la soirée. Cela permet à mes clients de faire leurs commandes en amont. Ainsi, quand ils viennent pour l'inauguration, ils ont déjà tout dans leur chariot. Et, bien sûr, ils peuvent en rajouter. »*

5 – DES CAVISTES PRÉSENTS

Les cavistes indépendants refusent parfois de céder à la vogue des foires, arguant que leurs vins sont au juste prix toute l'année et n'ont pas à être bradés. Mais certains, emblématiques, comme Lavinia, sont rodés à l'événement. De même, les chaînes et franchises jouent le jeu à fond, comme Nicolas, ou encore Cavavin (170 caves), avec soixante-douze références et un slogan : *« Oui à la foire aux vins, non à la foire d'empoigne. »* Plus confidentiels, Les Domaines qui montent et la parisienne Nysa proposent de superbes sélections, avec une offre 100 % bio pour cette dernière. Les cavistes du Web sont particulièrement performants cette année : Vinatis, leader du secteur, mais aussi iDealwine, Millesimes.com ou Wineandco, dominent le segment premium. Vinmalin, Twil, Les Passionnés du vin et Mycaviste ciblent aussi les grands amateurs au budget pas forcément opulent.

6 – L'ORANGE DÉBARQUE

Variante du vin blanc, le vin orange est néanmoins plus structuré, plus tannique et amer. Son caractère pouvant rebuter, il était jusqu'ici réservé à une niche d'amateurs. Mais il s'affiche cette année à Auchan, Leclerc, Intermarché, et Lidl, notamment. Ce dernier propose, à 6,99 euros, *« un vin minéral et complexe, qui* [plaît] *au plus grand nombre, autant aux débutants qu'aux experts »*. Naturalia, qui ne présente pourtant que trente références dans sa foire, s'autorise *« quelques folies »*, dixit Gaëlle Renault, la responsable vin. *« L'amertume est ici très contenue, tous mes collègues ont adoré. Personnellement j'en achèterais plusieurs caisses »*, ajoute-t-elle. Il s'agit d'un vin orange de sauvignon, élaboré par François Lurton, grand nom du vignoble bordelais et international. *« Mes équipes en maîtrisent la vinification, et il me semblait intéressant d'en produire avec du sauvignon, pour garder le fruité et la finesse »*, précise le vigneron.

7 – LE BIO PLUS DISCRET

La grande distribution a tendance à mêler dans ses dépliants le label HVE (haute valeur environnementale), qui autorise les pesticides de synthèse, et le logo « AB », identifiant une agriculture biologique. Mais, en réalité, le bio est moins mis en avant cette année. *« C'était un phénomène de mode qui s'est calmé, la croissance s'est ralentie, voire régresse, sur les fonds de rayon »*, confirme M. Mondon. Chez Carrefour, sur 1 900 références, 400 sont HVE et 200 sont bio. Sur les prospectus Intermarché, 241 références sont étiquetées « naturalité » (24 % de l'offre), dont seulement 93 vins bio. Trop cher, le vert ? Naturalia, qui ne commercialise que des produits bio, précise que le quart de sa sélection est à moins de 8 euros, avec deux cuvées en dessous des 5 euros.

8 – DES THÈMES VARIÉS

Pour attirer les plus passionnés, les enseignes mettent l'accent sur des types de vin auxquels leurs concurrents n'ont pas accès (même si cela ne concerne qu'une poignée de cuvées sur l'ensemble de la sélection). Leclerc met par exemple en avant les jeunes vignerons, après un vaste appel d'offres sur tout le vignoble français, auquel une centaine d'entre eux ont répondu (sept ont été sélectionnés après dégustation et vérification d'un volume disponible suffisant pour les 600 magasins). Casino met en lumière les vigneronnes. Monoprix propose une sélection axée sur les vins de terroir volcanique, tandis que Système U privilégie des bouteilles méditerranéennes – Slovénie, Grèce, Algérie, Liban ou Malte. Intermarché propose une belle sélection de beaujolais et de vins italiens. A chacun ses préférences. ■

OPHÉLIE NEIMAN

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3693063600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Cette année, les enseignes font face à un millésime 2021 très faible en quantité. EMMANUEL PIERROT/VU POUR « LE MONDE »

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3693063600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Le Parisien (WEEK-END)

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **1637000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **02 septembre 2022 P.1-63**

Journalistes : **RACHELLE LEMOINE.**

Nombre de mots : **3729**

CODE ETUDE ACPM
SUPPLÉMENT DU PARISIEN

Le Parisien week-end

Témoignage
Après l'excision, le long chemin de la reconstruction

Reportage
Les premiers pas des petits rats à l'école de l'Opéra

Spécial foires aux vins
Nos 50 bouteilles préférées de la rentrée

LES POMPIERS
HÉROS DE L'ÉTÉ

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4150063600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

spécial foires aux vins

PHOTO © L2W/ISTOCK/GETTY - L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

Les 50 bouteilles de la rentrée

Au mois de septembre, grandes surfaces, cavistes et sites Web proposent leurs bons plans. Voici notre sélection de rouges, blancs ou bulles, et nos coups de cœur à inviter à toutes les tablées.

DOSSIER RÉALISÉ PAR RACHELLE LEMOINE.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4150063600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

« L'année 2021 a été l'une des pires que les vignobles de France aient connue. Après des gelées historiques, les conditions climatiques ont été compliquées avec beaucoup de pluie (...). La plupart des vignobles ont perdu une grande partie des productions. En parallèle, le contexte de crise sanitaire et de guerre a fait monter le prix des matières premières (verre pour les bouteilles, papier pour les étiquettes ou encore carburant, NDLR), dont les cours flambent et se répercutent sur celui des bouteilles. Il a donc fallu adapter l'offre aux aléas. » Ces quelques lignes, rédigées par Renaud Guerre-Genton, chef de groupe vins chez Magasins U, dans sa présentation de la foire aux vins 2022, résument bien la situation à laquelle les distributeurs ont dû faire face pour organiser cet événement commercial majeur.

La France à ses plus bas niveaux de production

En premier lieu, il a fallu pallier la baisse des volumes. Selon l'Organisation internationale de la vigne et du vin, la production française a enregistré, en 2021, une chute de 19 % par rapport à 2020. Elle s'établit à 37,6 millions d'hectolitres, derrière l'Italie (en tête de la production mondiale avec 50,2 millions d'hectolitres) et devant celle de l'Espagne (35,3 millions). La France est à l'un de ses niveaux les plus bas.

Si ces moindres volumes ont des conséquences sur l'ensemble des approvisionnements, ils n'impactent pas de la même manière tous les acteurs de ces foires aux vins. Chaque année, à cette occasion, la grande distribution cherche généralement à renouveler ses propositions et lance pour cela des appels d'offres. Dans ce contexte délicat, l'enseigne E. Leclerc a innové en faisant un appel à candidatures ouvert auprès de jeunes vignerons. Cela lui a offert la possibilité de déguster 350 nouvelles cuvées, émanant de 157 vignerons, dont la moitié lui était totalement inconnue jusqu'ici. Une nouvelle forme de *sourcing* qui lui a permis de recruter sept nouveaux vignerons pour sa sélection nationale. Faute de volumes suffisants, d'autres vins n'apparaîtront que dans les sélections régionales, ou uniquement sur le site Internet du distributeur.

Les circuits plus spécialisés – tels que certains cavistes ou sites de vente en ligne – ont été moins pénalisés par cette baisse de volumes, leur offre de foires aux vins se constituant majoritairement à partir d'une sélection de leurs références permanentes, proposées à prix réduits. Une partie d'entre eux a pioché dans ses stocks d'anciens millésimes afin d'offrir des flacons prêts à boire, comme vous vous en rendrez compte dans nos pages. Ainsi, la cave de La Grande Épicerie de Paris ne propose pas moins de dix millésimes différents, allant de 2009 à 2021.

La chaptalisation pour augmenter le taux d'alcool

À ces problèmes de volume s'ajoutent ceux concernant la qualité. En raison d'un climat plus frais l'été dernier que pour les précédents millésimes – 2018, 2019 et 2020 resteront dans les annales –, tous les raisins n'ont pas pu être amenés à leur parfaite maturité. Résultat ? Certains vins peuvent manquer de chair et paraître fluets. Pour corriger ce manque d'ensoleillement, des domaines ont eu recours à la chaptalisation, qui consiste à ajouter du sucre afin de faire grimper un taux d'alcool naturellement timide en 2021. Une pratique autorisée, mais très réglementée en France et en Europe, tandis que dans de nombreux pays – comme les États-Unis, le Chili ou la Chine –, cette pratique est parfaitement libre.

À l'instar de toute technique vinicole, la chaptalisation requiert savoir-faire et rigueur, afin de rendre l'opération quasiment indétectable par un palais avisé. Dans le cas contraire, elle se trahit par une désagréable sensation de « pâteux » en milieu de bouche. Certains vins dégustés n'y ont malheureusement pas échappé et ont été écartés de notre sélection. Voici donc nos 50 bouteilles coups de cœur classées, pour chaque catégorie, par ordre de prix croissant. Avec, pour chaque catégorie, un trio de tête. Bonne dégustation ! ■

« POUR CETTE ANNÉE, IL A FALLU ADAPTER L'OFFRE AUX ALÉAS CLIMATIQUES DE 2021 »

Renaud Guerre-Genton, chef de groupe vins chez Magasins U

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4150063600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

LA PASSION DES ROUGES

Appellations star, comme le crozes-hermitage, ou plus méconnues, comme le vinsobres et le fixin, voici dix cuvées pour enflammer vos dîners.

PHOTOS © SAQ. L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

Vin de France
LE PETIT XAVIER, XAVIER VIGNON
Meilleur rapport qualité-prix de notre sélection, cette cuvée dévoile un nez frais de fleurs et de fruits rouges, délicatement poivré. Gourmande et minérale en bouche, elle sait aussi se faire gouleyante. Idéale pour un apéro dînatoire.
5,40 € chez Casino

Ventoux 2021
BIO **LES HAUTS DE BACCHUS, BERNARD MAGREZ**
Le groupe viticole, propriétaire de quatre grands crus classés, nous régale avec cette « petite » cuvée. Son bouquet de fruits rouges, tout en souplesse et en fraîcheur, dévoile un jus dynamique. À déguster avec un parmentier de canard.
5,49 € chez Lidl

Côtes-du-rhône 2021
BIO **DE NATURA RERUM, DAUVERGNE-RANVIER**
Parfaite maturité pour ce rouge rond et savoureux. Grenache et syrah s'unissent dans une explosion de fruits rouges et noirs, et s'expriment délicatement, avec un joli croquant et beaucoup de fraîcheur. Avec un hamburger maison.
7,20 € chez Monoprix

Saint-georges-saint-émilion 2020
CHÂTEAU BELLONE
Une belle surprise pour cette appellation réputée austère et tannique, qui dévoile ici une très belle matière fruitée et florale, avec un juteux rafraîchissant. Un flacon plein de charme pour accompagner une terrine de lapin.
7,95 € chez Auchan

Vin de France 2021
BIO **LES VOYAGEURS, FRANÇOIS COLLARD**
Superbe découverte que ce vin de France produit en biodynamie, qui assemble des cépages italiens (montepulciano et nielluccio). Son parfum aux délicates notes de rose laisse place à une bouche minérale et tendue. Sa finale finement herbacée s'accorde avec des pâtes au pesto.
8,50 € chez Nysa

Vinsobres 2019
BIO **DOMAINE VALLOT**
Cette appellation méconnue de la vallée du Rhône méridionale recèle des vins élégants et frais. Celui-ci, en biodynamie, s'ouvre avec un bouquet de violette, de réglisse et de garrigue. Puis les fruits gourmands s'invitent. En bouche, beaucoup de volume et d'équilibre, avec une superbe finale. Parfait avec des côtes d'agneau.
8,95 € chez Auchan

Chinon 2021
BIO **LA CUISINE DE MA MÈRE, NICOLAS GROSBOIS**
Superbe expression du cabernet franc dans une belle maturité, tout en restant croquant. Fruits noirs, fleurs et minéralité infusent une matière fraîche et gouleyante, qui se prolonge dans une longue finale sapide. Un vin à marier à un petit salé aux lentilles.
9,40 € à La Grande Épicerie de Paris

Corbières 2019
BIO **LES HERBES HAUTES, JEFF CARREL**
Grenache, carignan et syrah pour cette cuvée qui délivre une matière à la fois dense et pleine de fraîcheur et de finesse. Ses belles notes de cassis et d'épices laissent un petit goût de revenez-y et feront des étincelles avec un foie de veau.
9,50 € chez Nicolas

Crozes-hermitage 2019
MAISON FERRATON
Après des effluves de moka, le nez se fait sauvage. La bouche surprend par ses saveurs florales et révèle un jus très rafraîchissant. À carafer pour déguster dès maintenant, ou à garder quelques années. Avec une côte de bœuf.
14,40 € chez Intermarché

Fixin 2020
BIO **LES CHAMPS DES CHARMES, DOMAINE DU VIEUX COLLÈGE**
Un pinot noir dans toute sa splendeur : notes de cerises à l'eau-de-vie, nez mûr, belle fraîcheur et texture aux tanins fondants et au boisé bien intégré. Un pâté en croûte s'impose.
19,65 € chez Auchan

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4150063600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

L'ÉLÉGANCE DES BLANCS

Qu'elles viennent d'Alsace, de Bourgogne ou de Loire, ces dix bouteilles de très belle tenue offrent une riche palette de saveurs.

Cheverny 2020
ÉMOTION
Avec son nez aromatique aux accents floraux et sa bouche aux saveurs de groseille à maquereau, cette cuvée révèle une belle matière, à la fois consistante et tout en souplesse. Sa finale à la pointe anisée renforce la sensation de fraîcheur. À l'apéro, avec des rillettes de canard.
6,30 € chez Auchan

Picpoul-de-pinet 2021
BIO **HECHT & BANNIER**
Ce blanc nous enchante par son aromatique vive et saline. En bouche, un joli jus croquant apporte une grande brassée d'air frais. Idéal avec des huîtres de l'étang de Thau, en bordure duquel est planté le vignoble.
6,90 € chez Casino

Le pallet 2016
PALATIO, VIGNERONS DU PALLET
Le muscadet est un vin taillé pour la garde. Ce 2016 offre un nez complexe et intense, où se disputent fruits mûrs, amandes et biscuits. Franc en attaque, aux saveurs d'agrumes, il s'amplifie et se ponctue par une longue finale minérale. Pour un poulet rôti et une purée de patates douces.
7,10 € chez Casino

Alsace 2021
BIO **PINOT AUXERROIS, BAUMANN ZIRGEL**
Ce vin biodynamique ravit par sa fraîcheur et son aromatique de fleurs et de fruits blancs (pêche). La bouche est délicate, fruitée et gourmande. À accorder avec les premières asperges.
10,50 € chez Biocoop

Pouilly-fumé 2021
CÉDRICK BARDIN
Un premier nez acidulé laisse place à une aromatique plus complexe et intense de fruits blancs et de zestes de citron. L'attaque, vive et fraîche, évolue vers un joli gras, tout en équilibre grâce à l'acidité et la belle minéralité qui se dévoile en finale. Avec un saint-pierre rôti.
11,19 € chez Magasin U

Riesling 2018
BIO **ZELLENBERG, JEAN HUTTARD**
Un riesling sans caricature, au nez gourmand de fruits jaunes (abricot) et de notes miellées. L'attaque est droite et pleine de finesse, puis se déploie dans la richesse avec du gras qui apporte beaucoup de gourmandise et le dote d'un caractère très aimable. À marier à une pintade rôtie.
11,50 € chez Magasin U

Menetou-salon 2021
DOMAINE DE L'ERMITAGE
Un sauvignon ciselé, au nez délicat et fruité avec son bouquet de fleurs blanches légèrement citronné. Sa matière fine et vive resplendit de fraîcheur grâce à une belle trame minérale. Top avec un fish & chips.
11,95 € chez Carrefour Hypermarché

Chablis 2020
ICAUNA, UNION DES VITICULTEURS DE CHABLIS
Un excellent rapport qualité-prix pour ce chablis, qui offre un nez complexe et pierreux. La bouche est vive, aux beaux accents citronnés, et offre une jolie fluidité jusqu'à sa finale fraîche et minérale. Avec un jambon persillé de Bourgogne.
12,90 € chez E. Leclerc

Mercurey 2019
CHÂTEAU DE SANTENAY
Très joli nez pour ce mercurey qui dévoile un bouquet complexe de fleurs, de fruits jaunes et tropicaux, d'agrumes et une pointe vanillée. L'attaque est riche et structurée, avec une matière crémeuse et finement beurrée, jusqu'à sa longue finale fraîche et saline. Pour escorter des noix de Saint-Jacques.
14,50 € chez Franprix

Saint-péray 2019
DOMAINE PIERRE GAILLARD
Assemblage parfait de roussanne et de marsanne pour cette cuvée au nez fruité intense, empreinte d'une belle minéralité. La matière est structurée en bouche avec un bon équilibre et beaucoup de fraîcheur. À tester avec un saint-félicien bien crémeux.
17 € sur Vin-malin.fr

PHOTOS © SP - L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4150063600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

PILE DANS LA TENDANCE

Les bulles et les vins légers, comme ceux que nous vous présentons ici, ont la cote. C'est ce qu'observe Charlie Wilson, directeur des achats pour l'enseigne de cavistes Nysa.

« Les vins friands et faciles sont prisés par notre clientèle », observe Charlie Wilson, de Nysa.

Quelle appellation fait actuellement l'unanimité dans vos boutiques ?
Charlie Wilson Sans hésiter, le champagne. C'est le produit phare des cavistes de quartier. Il connaît un fort engouement depuis l'année dernière, malgré la hausse des prix enregistrée. En valeur, il représente près de 18 % de notre chiffre d'affaires. Soit la première catégorie !

Parmi les vins tranquilles, quel style est prisé par votre clientèle ?
Ce sont les vins légers, friands et faciles, comme ceux du Beaujolais ou de la Loire, appréciés pour leur fruité et leur accessibilité. Ce sont des vins de plaisir par excellence. Le millésime 2021, plutôt frais, correspond bien à la demande actuelle.

Pour les vins de Loire, cet engouement concerne aussi bien les rouges que les blancs ?
Parmi les grands cépages de la Loire, le chenin, pour les blancs, est plus facile à appréhender que le cabernet franc pour les rouges. Actuellement, le vignoble d'Anjou est en plein renouveau : l'offre est très intéressante, en termes de prix comme de qualité, et ce pour les deux couleurs. On peut citer, pour les rouges, l'appellation saumur-champigny, entre autres. Il existe aussi de nombreux blancs qui bénéficient de beaux terroirs.

Certaines appellations sont très à la mode, comme les terrasses-du-larzac ou encore le morgon « côte-du-py »...
Ces deux appellations sont un peu plus chères que la moyenne. Alors quand nos « clients de quartier » recherchent un vin du quotidien, nous préférons mettre en avant des appellations plus abordables, comme saint-chinian, minervois ou fitou pour le Languedoc. Pour les vins du Beaujolais, chiroubles et brouilly plaisent beaucoup et sont très demandés.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Saumur-champigny 2020
SECRET DU CAVEAU, DOMAINE DES GALMOISES
Superbe expression du cabernet franc quand il est à point, ce rouge embaume la gelée de groseilles et de mûres. En bouche, la matière est onctueuse et fraîche. À ce prix-là, on n'hésite pas ! À découvrir avec une terrine de foie de veau.
5,99 € chez Casino

Fleurie 2021
DOMAINE DE LA MADONE
Ici, le gamay s'exprime dans un caractère plus rustique et végétal, avec un bouquet épineux et floral au nez. La bouche se fait juteuse à souhait, avec une belle acidité, offrant à ce rouge une fraîcheur et une vivacité débordantes. Avec une andouillette beaujolaise.
7,15 € chez Intermarché

Saint-amour 2020
DE TOUT CŒUR, ARNAUD AUCŒUR
Son nez de fruits rouges, suave et profond, invite à la gourmandise. La matière, aux saveurs en accord avec l'olfactif, se fait ronde et fraîche. La texture surprend par son fondant, avant de s'étirer longuement dans une délicatesse exquise. Avec un sauté de veau.
7,50 € chez Carrefour Hypermarché

Anjou blanc 2020
BIO **L'ESQUISSE, CHÂTEAU DE SURONDE**
Ce chenin ravit les papilles avec son aromatique de pêche et de melon. L'attaque est ample et généreuse, offrant un joli gras, une belle structure et des saveurs de fruits jaunes. Elle se poursuit sur des accents d'agrumes et de fins amers. Un blanc du val de Loire qui fera des merveilles à l'apéritif.
8,90 € chez Monoprix

Anjou rouge 2021
BIO **CHÂTEAU DE PASSAVANT**
Dans ce rouge labellisé bio et Demeter (biodynamie), la pointe de grolleau vient adoucir le cabernet franc. Un régal ! Il charme par son fruité subtil et s'avère, en bouche, charnu et gourmand, avec un toucher délicat. Avec une tome de brebis.
9,50 € chez Biocoop

Saint-chinian-roquebrun 2019
ÉCLATS DE SCHISTES, CAVE DE ROQUEBRUN
Au premier abord se dégage de ce rouge un profil puissant, bien typé languedocien, avec un nez profond de petits fruits noirs confiturés, d'épices et de cacao. Puis la bouche surprend par son équilibre, avec une matière structurée et une belle minéralité. La finale est fraîche, aux accents de réglisse. Avec une daube provençale.
10,95 € chez Carrefour Hypermarché

Languedoc 2021
BIO **LES PETITS PAS, DOMAINE DU PAS DE L'ESCALETTE**
Ce domaine, implanté en partie sur l'appellation terrasses-du-larzac, élabore des vins dans différentes aires d'appellation. Ce languedoc rouge, bio et biodynamique, illustre à merveille la fraîcheur de son terroir. Dès le nez, il offre un fruit éclatant, qu'on retrouve en bouche avec une matière fluide et croquante, très sapide. Top avec une saucisse aux herbes.
12,70 € sur Lavinia.fr

Terrasses-du-larzac 2021
BIO **LES AFFICHES ET PIERRE ET SAMUEL HALLEY, CLOS CONSTANTIN**
Plutôt discrète au nez, avec un joli fruité, cette cuvée rouge, à base de grenache, syrah et mourvèdre, se révèle une fois en bouche. Très florale, avec une belle fluidité à l'attaque, elle se fait savoureuse tout au long de sa finale très persistante. On apprécie son remarquable équilibre, qui s'harmonisera avec un bœuf thaï.
17 € chez Nysa

Champagne
BLANC DE NOIRS BRUT, DEMILLY DE BAERE
Très séduisant dès le nez, avec ses notes pâtissières et légèrement grillées, ce champagne révèle une belle énergie en bouche et beaucoup de fraîcheur, accompagnées de saveurs de fruits et d'épices. Très peu dosé, il peut être ouvert dès l'apéro et prendre ensuite place à table pour accompagner le repas.
18,95 € chez Magasin U

Champagne
BIO **BRUT GRAND CRU, GASTON COLLARD**
Élaborée avec 90 % de pinot noir issu du grand cru de Bouzy, cette cuvée (bio et biodynamique) joue dans la catégorie vin, avec son nez puissant et structuré. La bulle, fine, disperse une saveur de poire en bouche, jusqu'à sa jolie finale, vive et rafraîchissante. À servir accompagné de gougères.
33,50 € chez Nysa

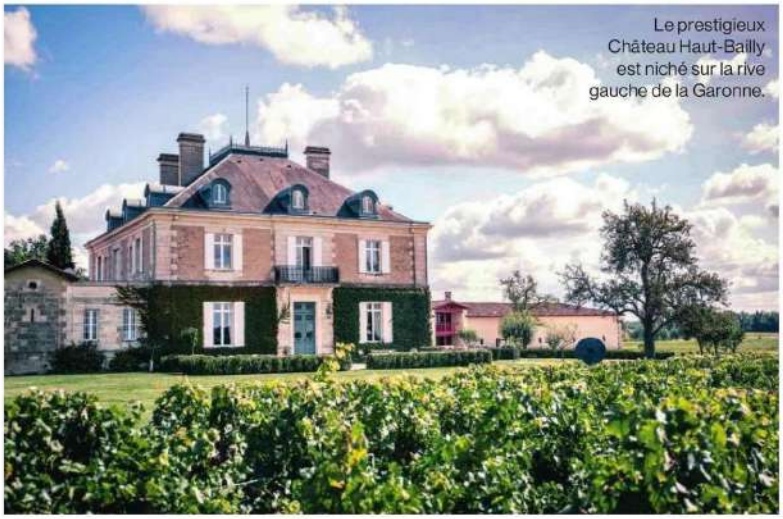
PHOTOS © OLIVIER ARANDEL. SP - L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4150063600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

EN AVANT, LES SECONDS !

Proposés par les grands châteaux du Bordelais, les seconds vins, plus accessibles, bénéficient du même soin que celui apporté à leurs aînés. Alors pourquoi se priver ?



Le prestigieux Château Haut-Bailly est niché sur la rive gauche de la Garonne.

Spécificité du Bordelais, les « seconds vins » se sont généralisés dans les années 1980, lorsque les prix des grands crus classés se sont envolés. La première trace remonte à bien plus loin, en 1874, quand Château Pichon-Longueville Comtesse de Lalande expédia sa Réserve (dans notre sélection ci-contre) à l'Exposition de Moscou. Ils rencontrent aujourd'hui un tel engouement que certains châteaux ont même développé des « troisièmes vins ».

Issus de lots déclassés ou de vignes plus jeunes

Produits sur le même terroir que les « grands » vins, leurs seconds affichent un prix plus accessible, en général deux à trois fois moindre. Par exemple, lors des dernières ventes en primeur du millésime 2021 à Bordeaux, Château Haut-Bailly, grand cru classé de graves, a atteint les 112 euros, quand Haut-Bailly II (également dans notre sélection) s'est vendu 30,80 euros. Mais alors, qu'est-ce qui différencie ces numéros 2 de leurs prestigieux aînés ?

Au moment de l'assemblage, certains lots, jugés pas assez qualitatifs pour entrer dans les grands vins, sont écartés et vont constituer ces seconds. Ils peuvent correspondre à de jeunes vignes qui n'ont pas encore atteint tout leur potentiel, ou à des parcelles auxquelles il manque de la maturité.

Certains seconds vins peuvent aussi être en partie élaborés à partir de vignes qui n'entrent jamais dans l'assemblage des premiers. C'est le cas des Forts de Latour de Château Latour, célèbre premier grand cru classé de la rive gauche. L'élevage peut également varier : moins long, et pas uniquement dans des fûts neufs. En revanche, ces nectars vont bénéficier des mêmes attentions que les autres – même équipe, même travail dans les vignes et le chai. Réelle incarnation du style d'un château, ils en rendent la découverte plus accessible. Pour une dégustation tout aussi plaisante.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4150063600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Bordeaux 2019
COMTESSE DE MALET ROQUEFORT, DOMAINE DE MALET ROQUEFORT
Cette cuvée est élaborée à partir de raisins issus en partie des propriétés de la famille Malet Roquefort, propriétaire de La Gaffelière. À base de merlot et de cabernet franc, voilà un vin fruité et gourmand, souple et très accessible. Avec une viande rouge.
7,90 € chez Monoprix

Moulis-en-médoc 2016
LA SALLE DE CHÂTEAU POUJEAUX, CHÂTEAU POUJEAUX
Second vin de ce château renommé, cette cuvée est composée en majorité de merlot, que l'on perçoit dès le nez, avec ses arômes de fruits rouges frais et mûrs, et une pointe de réglisse. Fine et savoureuse, la bouche est d'une belle intensité et se termine en délicatesse. À accorder à un osso-buco.
12,85 € chez Casino

Saint-émilion grand cru 2019
CLOS LA GAFFELIÈRE, LA GAFFELIÈRE
Dominé par le merlot, ce second vin exprime, dès le nez, la fraîcheur, avec des notes de cerise et de violette. En bouche, la matière est élégante, avec un beau fruité et des tanins souples, jusqu'à sa finale, infusée d'épices et d'un délicat boisé. À marier avec un tajine d'agneau.
17,79 € chez Carrefour Hypermarché

Saint-émilion grand cru 2016
PETIT SOUTARD, CHÂTEAU SOUTARD
Cet assemblage de merlot, cabernet franc, cabernet sauvignon et malbec, dévoile un joli bouquet de violette et de fruits rouges, et une pointe de grillé. En bouche, la matière se fait ronde et vive, et sa finale, savoureuse. Avec une poêlée de cèpes.
17,95 € chez Carrefour Market

Margaux 2020
AURORE DE DAUZAC, CHÂTEAU DAUZAC
Issue d'une sélection parcellaire pointue, cette cuvée n'est pas le second de Château Dauzac, mais un vin à part entière. Il charme par son nez frais aux accents mentholés. La bouche est d'un beau volume mais sans lourdeur, et son acidité lui donne un beau potentiel de garde. On y goûte avec une épaule d'agneau confite.
18,95 € chez Carrefour Hypermarché

Saint-julien 2018
LES FIEFS DE LAGRANGE, CHÂTEAU LAGRANGE
Appartenant au groupe japonais Suntory depuis 1983, Château Lagrange a créé cette cuvée la même année. Ce 2018, au nez profond et intense de fruits rouges et d'épices, à la bouche racée et fraîche, touche à l'excellence. Déjà accessible, il peut être gardé jusqu'en 2030. Parfait pour escorter un lièvre à la royale.
26,90 € sur Wineandco.com

Saint-estèphe 2012
LE MARQUIS DE CALON, CHÂTEAU CALON SÉGUR
Ce second vin dévoile un nez riche de fruits noirs confiturés. La bouche est élégante et longiligne, avec une extraordinaire finesse de tanins. Il est déjà bon à boire mais peut aussi patienter quelques années. Avec un magret de canard.
28 € à Lacaveduchâteau.com

Saint-émilion 2020
N°3 D'ANGÉLUS, CHÂTEAU ANGÉLUS
Ce troisième vin de l'incontournable Château Angélus s'ouvre sur des notes de moka, puis s'exprime dans une belle fraîcheur. On aime sa matière très équilibrée et sa finale savoureuse et minérale. Avec un bœuf braisé.
29,95 € chez E. Leclerc

Pessac-léognan 2018
HAUT-BAILLY II, CHÂTEAU HAUT-BAILLY
Ce « II » est à la hauteur de l'appellation pessac-léognan, appréciée pour ses vins fins. Ce superbe millésime 2018 offre une matière fine et ciselée, fraîche et veloutée, qu'on devra faire « attendre » encore un peu. Idéal avec un carré de veau.
33,90 € sur Millesimes.com

Pauillac 2018
RÉSERVE DE LA COMTESSE, CHÂTEAU PICHON-LONGUEVILLE COMTESSE DE LALANDE
Mettons le cap sur la rive gauche ! Cet assemblage, dominé par le cabernet sauvignon, dévoile une fraîcheur mentholée au nez. Sa pureté au palais et sa structure élégante sublimeront un foie gras.
44,90 € sur Millesimes.com

PHOTOS © CLAY MCLACHLAN SP - L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4150063600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Le Monde.fr

www.lemonde.fr

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**
Audience : **19355772**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

1 Septembre 2022
Journalistes : **Ophélie Neiman \Laure Gasparotto**
Nombre de mots : **33191**

Visualiser l'article

Foires aux vins : la sélection du « Monde »

Le mois des découvertes, du goût et des bonnes affaires est lancé. Laure Gasparotto et Ophélie Neiman ont dégusté les offres foisonnantes des enseignes de la grande distribution, des cavistes et autres sites de ventes en ligne. Suivez les guides.

PETITES, MOYENNES ET GRANDES SURFACES

BIOCOOP (du 19 septembre au 3 octobre)

Domaine Fond Croze, IGP méditerranée, « En long, en large et en travers », 2020, rouge

Gentiment fruité, gentiment tannique, voilà un vin de soif à boire sans chichis. Assemblage de grenache, syrah et caladoc, il plaît pour ses arômes de fruits rouges compotés agrémentés de réglisse, sa bouche équilibrée, sans lourdeur. Une bonne affaire ! Bio. **5,50 €**

Camille Cayran, côtes-du-rhône-villages, « Métamorphose », 2020, rouge

Il ne faut pas se fier à l'étiquette, car derrière le nom affiché de Camille Cayran se cache la Cave de Cairanne (notez l'homonymie). Ses arômes de confitures de cerises et de fraises, avec une pointe de poivre et de cannelle, sa bouche ronde, gourmande, balancée, nous plaisent. Bio. **7,25 €**

Baumann-Zirgel, alsace pinot gris, 2020, blanc

Excellente surprise que ce pinot gris, qui n'a pas la mollesse de la plupart de ses pairs qu'on trouve en grande surface. Sec, avec des notes fumées et épicées au nez, une très belle structure en bouche, opulente, riche et puissante, on peut facilement l'envisager avec une côte de veau crémée, du lapin ou une volaille en sauce, il a les épaules pour. Bio. **10,95 €**

Domaine Fabrice Gasnier, chinon, « Les Cornuelles », 2020, rouge

On adore ! Ce cabernet franc élevé en barriques (déjà usagées, elles ne marquent pas le vin d'arômes boisés) dégage des notes olfactives de jus de cerises particulièrement appétissantes. La bouche est rafraîchissante, avec des tanins très en place, justement dosés. L'ensemble donne une sensation d'élégance appréciable. Bio et biodynamie. **13,70 €**

NATURALIA (du 1 er au 21 octobre)

Les Vignerons du Sommiérois, IGP pays-d'oc, « Les Eglantines », 2021, rouge

De la syrah, du merlot, un fruité agréable, de la matière, une finale propre, nette et franche. Bref un vin qui, sans être complexe ni profond, se montre impeccable avec une viande grillée et agréable au palais. Quand on découvre son prix, on tombe de sa chaise. Une super affaire, d'autant qu'il est bio. **4,60 €**

Les Fumées blanches, vin-de-france, « sauvignon blanc, vin orange », 2021, orange

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Quelle drôle d'idée, du vin orange en supermarché ! Celui-ci est plutôt un entre-deux : une couleur pâle, presque dorée ; des arômes marqués par le sauvignon, écorce et fruit de la passion. C'est en bouche que la macération du vin orange s'exprime, avec des amers qui lui donnent un peu d'austérité. C'est déroutant, mais pas inintéressant. François Lurton aime innover, on salue l'initiative. Bio. **9,95 €**

Domaine Benedetti, côtes-du-rhône-villages-plan-de-dieu, 2019, rouge

Les cépages grenache, syrah et counoise sont réunis pour donner naissance à un vin solaire, d'un caractère indéniablement rhodanien, bien en place. Des arômes classiques de fruits noirs et d'épices, un jus velouté, avec de la concentration et de la longueur, une puissance maîtrisée. De quoi ajouter de la saveur à une belle viande de boeuf. Bio. **11,90 €**

Domaine Sauvète, touraine-chenonceaux, « Oneiros », 2019, blanc

Un sauvignon très élégant, qui évite l'écueil du vin variétal n'exprimant que son cépage. Au contraire, il exhale des notes fleuries de pomme croquante. On apprécie particulièrement la finale, saline et longue. Bio. **11,95 €**

AUCHAN (du 6 septembre au 11 octobre, variable selon les magasins)

Château Marguerite, fronton, 2020, rouge

Incroyable pour le prix ! On aime cet arôme marqué de violette, typique du cépage négrette utilisé pour les frontons. La bouche est souple, très simple, mais sans fausse note. Cette bouteille n'offre ni longueur ni concentration, mais ne demandons pas l'impossible. Un bon vin de fête ! **3,69 €**

Gérard Bertrand, vin-de-france, « Genora », 2021, orange

La couleur ne saute pas à l'oeil, mais on salue la note de mandarine très marquée au nez, l'acidité vive et la fine amertume sur la langue. Une première marche vers les vins orange de caractère, disons une manière d'entrer par la petite porte. Bio. **6,93 €**

Domaine Vallot, vinsobres, « Le Coriançon », 2019, rouge

Un fruité éclatant surgit de cet assemblage de grenache, syrah et mourvèdre. La bouche est plutôt harmonieuse, avec des tanins souples et une rondeur avenante. La finale est particulièrement soignée. Pour un apéro dînatoire. Bio et biodynamie. **8,95 €**

Domaine Geneletti, l'étoile, savagnin ouillé, 2018, blanc

Si vous êtes un grand amateur de savagnin, celui-ci ne vous fera pas relever la nuit. Mais pour qui ne connaît pas le caractère trempé de ce cépage, ou désire un vin blanc élégant qui plaira à tout le monde, c'est un bon choix. Les arômes, quoique timides, sont nets et authentiques, le vin est épaulé avec finesse. Bon compagnon pour un poisson. **9,75 €**

CARREFOUR (du 27 septembre au 10 octobre)

Pierre Vidal, côtes-du-rhône-villages-suze-la-rousse, « Ephéméris », 2020, rouge

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Ce vin à la robe très sombre est un pur produit du soleil. Un nez de garrigue, avec un retour d'épices, de thym, une bouche acidulée et des tanins solides sans être écrasants. C'est simplement bien fait, adapté à un repas de grillades. Bio. **5,95 €**

Rhonéa, beaumes-de-venise, « Ma petite parcelle », 2021, rouge

Cette cuvée a été assemblée sous la houlette d'Eric Beaumard, sacré meilleur sommelier d'Europe, et on sent la justesse du travail. Des arômes de fruits noirs et de chocolat, une bouche très souple, un bel équilibre d'ensemble qui reste gourmand. Adapté avec une daube ou une viande en sauce corsée. **8,50 €**

Domaine du Causse d'Arboras, terrasses-du-larzac, « La Sentinelle », 2018, rouge

Les vignes de cette cuvée poussent sur un sol calcaire, à 320 mètres d'altitude, soit une belle hauteur et de la fraîcheur la nuit tombée. Ce vin en profite. On valide sans retenue ses arômes séduisants de mûre, myrtille, réglisse, romarin, et une trame tannique remarquable, dense et élégante à la fois. Bio. **10,95 €**

CASINO (jusqu'au 11 septembre)

Château Palatio, muscadet-sèvre-et-maine, « Le Pallet », 2016, blanc

Qui ne sait pas ou doute que le blanc de muscadet vieillit bien doit goûter ce 2016. Ce vin de terroir encore vif prouve qu'il a de beaux jours (et de belles années) devant lui, tant sa trame est magnifiquement dessinée. Ce Palatio s'accordera avec un beau poisson. **7,13 €**

Domaine Fouet, saumur-champigny, 2021, rouge

Ce vin bio est sans sulfites ajoutés. N'oublions pas l'essentiel : son goût est bon. La texture de ce saumur s'appuie sur un beau grain et ses saveurs fruitées sont denses et vives. En prime, il saura vieillir sans aucune retouche. **10,13 €**

Château Soubian, pessac-léognan, 2019, rouge

D'une définition claire et précise, ce vin classique arbore des tanins soyeux et consensuels. Sa longueur gourmande révèle une construction élégante qui se mariera très bien avec des plats familiaux, comme le pot-au-feu ou la daube. **18,95 €**

Champagne Club des sommeliers, élaboré par Gosset, « Grandes Réserves », brut, blanc

Il y a généralement peu de champagnes, et encore moins d'excellents, dans les foires aux vins, mais celui-ci échappe à la règle grâce à sa finesse et à son élégance. Ses notes fleuries et charnues en font un compagnon pour l'apéritif comme à dîner. **26,95 €**

CORA (du 13 septembre au 1 er octobre)

Château Saint-Michel, côtes-du-roussillon, vallée de l'Agly, 2019, rouge

La vallée de l'Agly, dans les Pyrénées-Orientales, offre d'excellents vins. Ce côtes-du-roussillon est un digne représentant de

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

son appellation : structuré, charnu, harmonieux et équilibré. Un très joli vin qui s'achève tranquillement sur des notes salines gourmandes. **6,49 €**

Château Pierre de Montignac, médoc, cru bourgeois, 2015, rouge

Voilà du bordeaux, mais attention, pas du classique. Légèrement réglissé, celui-ci offre du confort, juste ce qu'il faut pour ne pas créer l'ennui. Bienvenu avec le traditionnel poulet du dimanche. **8,95 €**

FRANPRIX (du 19 septembre au 9 octobre)

Château Haut-Grignon, médoc, 2018, rouge

Ne pas hésiter une seconde avec cette bouteille ! Réalisé avec bon sens par Bruno Segond, qui se définit lui-même comme un vigneron *« du bout du monde »* , ce médoc se révèle bien taillé et harmonieux comme une chanson douce. C'est précis et fin. Que demander de plus ? **5,99 €**

Patrick Hudelot, bourgogne- hautes-côtes-de-nuits, « Les Jamées », 2020, rouge

Un coin de Bourgogne encore accessible, les hautes côtes de Nuits bénéficient du changement climatique et offrent des vins de plus en plus beaux. Interprété par un grand vigneron comme Patrick Hudelot, ce vin s'impose comme une affaire à ne pas manquer. Vous goûterez ainsi un magnifique pinot noir, élégant et racé. **13,50 €**

INTERMARCHÉ (du 6 au 25 septembre)

Château de l'Epinay, muscadet-sèvre-et-maine, 2021, blanc

Cette année, Intermarché s'est décarcassé pour mettre en lumière des vins méconnus, souvent laissés dans l'ombre, et donc intéressants. Ce muscadet en est un exemple. Il prouve que l'appellation peut produire de très bons vins. En plus d'être exquis, celui-ci est bio, et son prix plus qu'attractif. Ses notes limpides, longues et salines accompagnent un beau poisson blanc. **4,10 €**

Domaine La Tour des Abbesses, côtes-du-rhône-villages- plan-de-dieu, 2021, rouge

Un assemblage bien balancé des cépages grenache, syrah et mourvèdre. Encore peu connue, cette dénomination récente qu'est plan-de-dieu, à quelques encablures de Gigondas, dans le Vaucluse, dans la plaine, commence à faire parler d'elle avec des vins bien en chair. D'autant que leurs prix incitent à les découvrir. **4,50 €**

Château de La Chaize, brouilly, « Le Marquis », 2020, rouge

C'est son fruit noir et mûr qui séduit en premier lieu quand on goûte ce cru du Beaujolais. Un pur gamay bien gourmand et précis, droit et rond à la fois. Une très jolie cuvée pas chère qui fait saliver. **7,90 €**

Château Bernadotte, haut-médoc, cru bourgeois, 2018, rouge

CASTELNICOLAS2 - CISION 366286813

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

C'est ce qu'on appelle « une bonne bouteille », celle qui remplit beaucoup d'offices sans crier gare, et ravit tous les convives. Classique, d'une belle assise, ce vin du bordelais aux tanins souples doit son succès à ses saveurs profondes, issues d'un juste équilibre entre merlot et cabernet-sauvignon. **9,90 €**

Hospices de Beaune, pouilly-fuissé, « Cuvée Françoise Poisard », 2020, blanc

Le prix de cette bouteille se justifie par sa complexité. Elle mérite quelques années de garde afin que puisse s'exprimer toute sa force. Dans sa jeunesse, ce pur chardonnay, cépage unique exigé par son appellation bourguignonne, offre déjà de belles notes salines et de noisettes fraîches. A vous de choisir le meilleur moment de sa dégustation. **69 €**

LECLERC (à partir du 5 septembre)

Château Beauregard Ducasse, graves, « La Fleur », 2020, rouge

Un vin malin et polymorphe qui rend accessible le goût du bordeaux pour ceux qui douteraient encore que cela soit possible. Elaboré par un jeune vigneron qui a tout compris de ses contemporains, ce vin se montre intense et complexe tout en restant souple et aromatique. Un très bon choix. **5,95 €**

Château de Jau, côtes-du-roussillon-villages, 2021, rouge

Vignoble de France encore plein de mystères, les côtes-du-roussillon sont gagnants face au changement climatique. Sur les hauteurs, ils offrent des vins fluides et désaltérants. Ce vin bio a beau être rouge, il est simple et facile, et arbore une belle chair. A boire dans sa jeunesse ou à laisser vieillir. **6,95 €**

Château Pradeaux, bandol, « Le Lys », 2018, rouge

Réputé pour ses grands bandols qu'il faut attendre plusieurs années afin qu'ils n'en soient que plus magiques, Château Pradeaux propose ici une cuvée pour les impatients. Pour autant, ce vin n'a pas été élevé moins longtemps : il a été mis en bouteilles après deux ans passés en foudre de chêne. Ainsi le jus est accompli à souhait, avec beaucoup de personnalité. Plein de chair et de peps, plein de sève et de profondeur, il ne doit pas vous échapper ! **15,95 €**

LIDL (à partir du 7 septembre)

Château de Carolle, graves, 2018, rouge

Ce graves a 4 ans et il est prêt à être bu. Les tanins commencent à se patiner et à se fondre en un ensemble soyeux, bien accompagné de notes aromatiques fumées, de tabac frais, avec une pointe de cacao en finale. **7,49 €**

Domaine de Beaurepaire, menetou-salon, 2021, blanc

Menetou-salon est une appellation qui colle à la roue de sancerre. Et parfois même le dépasse en qualité. Voilà ce que nous évoque ce gracieux sauvignon, pas pompier, oscillant délicatement entre agrumes et fleurs, plutôt subtil. Un bon plan. **8,99 €**

Château de Beau-Site, graves, 2020, blanc

CASTELNICOLAS2 - CISION 366286813

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Quand trop de graves blancs abusent des notes boisées, celui-ci utilise la barrique avec parcimonie, juste assez pour lui donner du gras, mais sans masquer les notes fines de fruit de la passion. A déboucher avec des pâtes, du poisson, un gratin de légumes... Il a une bonne capacité d'adaptation. **10,99 €**

MONOPRIX (du 16 septembre au 2 octobre)

Vignerons ardéchois, IGP ardèche, syrah, « Basalte du Coiron », 2020, rouge

Cette année, Monoprix met en avant les terroirs volcaniques, avec une sélection de « vins de feu ». C'est peu dire qu'on approuve ! Voilà une bouteille au très bon rapport qualité/prix, à condition d'aimer les vins toniques, qui ont de l'acidité et des tanins fins. On apprécie son côté aérien, rafraîchissant et néanmoins expressif. Pour les charcuteries et les dîners du quotidien. **7,10 €**

Comtesse de Malet Roquefort, bordeaux, 2019, rouge

L'étiquette reprend les codes des grandes cuvées de la région et on craint un peu la caricature du vin qui « fait comme si ». Il n'en est rien. Au palais, il a un joli retour fruité, une texture soignée, aux tanins maîtrisés, sans abus de maturité, de concentration ni de boisé. En somme, un vin plus que fréquentable. Pour avoir l'air chic sans trop en faire. **7,90 €**

L'Impromptu, côtes-d'auvergne, 2019, rouge

L'étiquette, noire et épurée, indique dans un coin inférieur « vin volcanique ». La mention est utile, car le contenu exprime bien ce terroir. Cette cuvée de gamay possède des arômes très expressifs de fruits rouges mûrs, mais on est surtout séduit par sa texture crissante en bouche, ses tanins frais, une acidité marquée, qui laissent une impression de minéralité entre les dents. Un super vin de terroir. **8,90 €**

Firriato, etna, « Le Sabbie dell'Etna », 2021, blanc

Terre volcanique par excellence, l'Etna produit des vins fascinants, comme cet assemblage de carricante et catarratto aux notes aromatiques fumées et florales, de type fleurs de garrigue qui poussent entre les cailloux, séchées par le soleil. Le vin est caressant, souple, ondulant, extrêmement gracieux. Une invitation au voyage. **14,90 €**

CAVISTES

LAVINIA (du 5 septembre au 3 octobre)

La Bulle du facteur, pétillant naturel, vin-de-france, 2021, blanc

Bonne humeur et humour sont transmis grâce à ces bulles issues du cépage chenin, qui donne des saveurs très fruitées (notes d'abricot surtout). Ce « pét nat » offre une mise en bouche équilibrée et fraîche. **12 €**

Domaine du Pas de l'Escalette, languedoc, « Les Petits Pas », 2021, rouge

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Un coup de coeur pour ces arômes frais de griotte et cette personnalité attachante. Bien assis et juteux, ce vin bio est irrésistible grâce à sa minéralité époustouflante et à sa longueur fulgurante. **12,70 €**

Clos de la Barthassade, terrasses-du-larzac, « Cuvée H9 », 2020, rouge

Voilà une bonne occasion de découvrir ce domaine récent qui s'impose chaque année. Un nez appétissant, une bouche saline et précise, un ensemble élégant et minéral : ce vin mis au point par Hélène et Guillaume Baron est déjà bien présent et long malgré sa grande jeunesse. On peut donc le boire dès aujourd'hui, mais aussi l'attendre, car il est très bien élevé pour accepter la patience. **13,70 €**

Christophe Marin, IGP côtes-catalanes, « Origines », 2020, rouge

Ce grenache noir bien cultivé et certifié en biodynamie possède une sève incomparable. Sa minéralité profonde entraîne une gourmandise infinie. Ses tanins élégants et sa chair dense et ronde forment un régal absolu. **14,40 €**

Domaine Philippe Viet, régnié, « Mosaïque », 2020, rouge

Une magnifique bouteille qui contient plein d'élan, de saveurs fruitées et fleuries. Finale sur des notes équilibrées de framboise riches et acidulées. Délicieux. **14,70 €**

NICOLAS (du 7 septembre au 4 octobre)

Plaimont, saint-mont, piémont pyrénéen, 2020, blanc

Original entre tous, ce vin ne peut ressembler qu'à lui-même parce qu'il est élaboré uniquement avec des cépages historiques de son lieu, loin des plants internationaux. Avec du gros manseng, du petit courbu et de l'arrufiac, cette cuvée fruitée est bien ancrée et fraîche. Finale minérale et vive. **8,80 €**

Château du Lort, bordeaux supérieur, 2019, rouge

Cette bouteille classique mais gourmande est une belle affaire pour accompagner le poulet familial. Le genre de saveurs précises universelles, assez lisses, bien faites, pour réunir tous les goûts et apaiser les conflits. Un vin de paix ! **9,95 €**

Jeff Carrel, corbières, « Les Herbes hautes », 2019, rouge

D'une gourmandise sincère et généreuse, ce corbières s'appuie sur une chair sensuelle. Il convaincra tous ceux qui doutent encore que cette appellation du Sud puisse proposer des vins élégants et frais. Un jus minéral et une longueur délicieusement fruitée. **11,90 €**

Chapoutier, crozes-hermitage, 2021, blanc

Un vin bio à choisir pour la garde, tant sa puissance est phénoménale. Cela dit, sa fraîcheur se révèle déjà éloquente : elle signe un vin riche et bien fait. Finale longue et délicieuse sur des notes de noisette. **26,90 €**

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

NYSA (du 9 au 25 septembre)

Domaine des Guyons, saumur, « Murmure », 2021, rouge

Nous avons beaucoup apprécié ce cabernet franc de Franck Bimont au nez très franc, direct, sur la framboise et le piment rouge. La bouche est croquante, le vin se boit avec facilité et remet au goût du jour le terme « gouleyant ». Bio. **11,95 €**

Domaine du Trapadis, cairanne, « Les Garrigues », 2019, rouge

Cette cuvée qu'Helen Durand concocte à Rasteau (Vaucluse) cache bien son jeu. D'abord séduisante, avec des parfums de fruits cuits, de compotée de brugnons au poivre, elle présente une attaque fondue, veloutée. Puis elle se redresse en milieu de bouche et dévoile une trame tannique et une puissance inattendues qui lui donnent du ressort et de la complexité. Une bouteille taillée pour la gastronomie. **12,95 €**

Domaine Philippe Gilbert, menetou-salon, « 35 rangs », 2015, rouge

Voilà un grand vin de gastronomie, concoté dans le Cher et propre à susciter un coup de foudre. Ce pinot noir issu d'une parcelle de trente-cinq rangs de vignes sur marnes blanches et kimméridgiens est âgé de 7 ans et porte beau : un superbe bouquet patiné (épices, cerise, sous-bois), une bouche vive et structurée, mûre. Un vin au carrefour du frais et du soleil, de la jeunesse et de la maturité. Bio et biodynamie. **32,95 €**

Champagne Gaston Collard, brut, grand cru, blanc

Un magnifique champagne. Née sur le prestigieux terroir de Bouzy (Marne), 90 % pinot noir et le reste de chardonnay, cette cuvée est issue de la vendange 2019 avec 20 % de vins de réserve. Au nez, elle offre des arômes de crème et de fruits rouges tout en subtilité, puis elle se montre vineuse, nerveuse sur la langue, avec une longueur classieuse. Bio et biodynamie. **33,50 €**

VENTE EN LIGNE

IDEALWINE (du 6 au 27 septembre)

Nicolas Grosbois, chinon, *« La Cuisine de ma mère »* , 2020, rouge

On boit cette petite cuvée du vigneron Nicolas Grosbois sans se poser de questions tant elle est juteuse, avec un sacré goût de *« reviens-y »* . Un vin qui fait toujours plaisir, quels que soient l'heure et le repas. Nous, on l'adore. Labellisé *« vin méthode nature »* , avec moins de 30 milligrammes de sulfites. **11 €**

Kepos di Ampeleia, toscane, 2018, rouge

Voilà un vin gourmand, câlin pourrait-on dire, qui sent les vacances. Les tanins sont parfaitement fondus dans une bouteille qui a attendu quatre ans avant d'être commercialisée. On craque pour sa finale aromatique. A déguster avec un tagine d'agneau aux pruneaux. Bio et biodynamie. **18 €**

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Antoine Arena, patrimonio, *« Carco »* , 2020, blanc

Ce vin blanc corse, cultivé dans le nord de l'île, est expressif, légèrement perlant, avec des notes d'amande, d'anis, de cédrat... C'est le cépage vermentino évidemment ! Imparable en entrée avec des saint-jacques ou des langoustines. **25 €**

Domaine Bott-Geyl, alsace-grand-cru-schlossberg, riesling, 2016, blanc

Spécialisé dans les grands vins, iDealwine sort le grand jeu avec ce grand-cru-schlossberg, réputé pour sa puissance et son caractère solaire qui donnent à ce riesling une allure racée, impériale même. Amateurs de jus fruités, passez votre chemin car celui-ci n'est que minéral, donc à réserver pour le repas. La grandeur de ce vin presque intellectuel dans sa personnalité frappe comme une évidence. Superbe. Bio. **38,50 €**

Domaine Patrick Baudouin, anjou, *« Les Gâts »* , 2014, blanc

Un vin signé Patrick Baudouin, le *« maître de l'Anjou »* , qui de plus est déjà âgé de 8 ans, excusez du peu ! Issue de chenins sexagénaires sur schistes, cette cuvée à la robe dorée est une très grande bouteille, avec un bouquet très complexe de silex, d'hydrocarbures, de truffe blanche. En bouche, il est précis, incisif, puissant, d'une profondeur folle et d'une longueur incroyable. Enorme coup de coeur. **39 €**

LESAVOUR.FR (du 7 au 25 septembre)

Paquet Montagnac, vin-de-france, pinot noir, 2020, rouge

Les amateurs de pinot noir et de notes de cerise mûre seront gâtés avec ce vin simple, franc et accessible, qui révèle toutes les particularités de ce cépage. Son côté acidulé de petits fruits des bois et de framboise mûre lui confère une gourmandise certaine. **6,50 €**

Olivier Coste, Domaine Montrose, vin-de-france, « Rare », 2020, blanc

Issu d'un cépage devenu rare, le carignan blanc, ce vin sent le bonbon en général et la guimauve en particulier. Pourtant il est bien sec, net en bouche. Pas de sucre du tout dans cette cuvée qui s'impose tout en fraîcheur sur le palais. Bien pensée et bien faite, elle rafraîchit aussi les idées ! **6,90 €**

Clos Puy Arnaud, vin-de-france, « La Cuvée bistrot », 2019, rouge

Coup de coeur pour ce vin bio à la simplicité désarmante, tel qu'on aimerait qu'ils le soient tous. Un 100 % merlot, tout rond, dans un équilibre absolu, selon un ordre rassurant. Gourmand et posé. **11,50 €**

Domaine Les Ondines, vin-de-france, mourvèdre, 2016, rouge

Les adeptes de bandols devraient apprécier ce vin bio issu du même cépage que la célèbre appellation. Non qu'il provienne de la même région, mais il est très bien conçu et possède les caractéristiques sanguines et déliées de son cépage. Finale ronde, saline et soyeuse. **13,90 €**

MILLESIMES.FR (du 14 septembre au 5 octobre)

CASTELNICOLAS2 - CISION 366286813

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Domaine Mirmanda, vin-de-france, « Cibelle », 2020, rouge

Né dans le Roussillon sur un domaine créé par le comédien François-Xavier Demaison, ce rouge bio révèle la fraîcheur permise par de beaux terroirs du Sud. Assemblés avec un peu de cépage blanc, le viognier, le grenache et la syrah s'en trouvent plus fruités et gourmands. Malin ! **13,90 €**

Domaine Arnoux père et fils, chorey-lès-beaune, 2019, rouge

Chorey-lès-Beaune, ce village caché au nord de Beaune, propose depuis longtemps des petits trésors de saveurs. A la fois solaire et solide, ce vin est certes encore jeune, mais si vous n'avez pas la patience de le garder, vous apprécierez déjà ses délicieuses notes poivrées et sa texture fine et profonde. **19,90 €**

Domaine Méo-Camuzet, bourgogne hautes-côtes-de-nuits, « Clos Saint-Philibert », 2019, blanc

Produit dans les hauteurs de la côte de Nuits, à Flagey-Echézeaux, ce pur chardonnay présente une définition policée et magnifiquement équilibrée. Fruit d'un domaine réputé, il est à la hauteur de nos attentes : un grand vin né sur un terroir méconnu, avec beaucoup de noblesse et une longueur incroyable, fraîche et minérale. **36 €**

MYCAVISTE.COM (du 27 septembre au 8 octobre)

Château d'Ornaisons, corbières, 2018, rouge

Un vin bio de caractère à ce prix, on n'hésite pas une seconde. Riche des arômes nuancés de son paysage, garrigue, menthe et autres herbes aromatiques, ce corbières résulte d'un magnifique savoir-faire. Sa finale longue et appétissante est éloquente. **5,50 €**

Frédéric Mabileau, saint-nicolas-de-bougueil, « Fruit défendu », 2019, rouge

En biodynamie, ce vin vif, plein d'élan, magnifiquement élaboré par Frédéric Mabileau, est un cadeau pour les papilles. Ses notes généreuses de fruits rouges sont longues, juteuses et bien définies. **9,50€**

Domaine Aurélie Berthod, pernand-vergelesses 1 er cru, « Les Fichots », 2018, rouge

Une très belle bouteille rendant accessible cette Bourgogne qui s'éloigne toujours plus du commun des mortels. Celle-ci est faite de dentelles, d'un toucher délicat, de notes profondes. **25,46 €**

Christophe Pichon, condrieu, 2020, blanc

On dit oui pour sa pureté et sa cristallinité, assez remarquables pour être soulignées. Et quand une offre s'en mêle, alors on ne la laisse pas passer. Même si le vin est trop jeune, avec sa délicatesse et ses notes fleuries, il est déjà très classe. **27,50 €**

TWIL.FR (du 10 septembre au 15 octobre)

Dumnacus, crémant-de-loire, brut, 2018, rosé

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Nez amusant de glace à la fraise, moins pour l'aspect sucré que pour le côté crémeux et fruité mûr. Des bulles appétissantes, qui se révèlent équilibrées et vives, et s'achèvent sur des notes nettes et pures. **12,50 €**

Les Périères, corrèze-coteaux-de-la-vézère, « La Cabane bleue », 2019, rouge

Un cabernet franc original et harmonieux qui promet une découverte sympathique. Ce vin sincère et cohérent fonctionne bien autour d'un saucisson pris sur le pouce. **14,80 €**

El Grifo, lanzarote, malvasia volcanica, 2019, blanc

Un vin provenant de l'île volcanique de Lanzarote, tellement surprenant et original qu'il vaut le coup d'être testé. Un vent frais, énergique, mais aussi équilibré, traversera votre dîner. **19,80 €**

VEEPEE (depuis le 1 er septembre)

Cécile Lebrun, reuilly, 2020, blanc

Pour un reuilly, une appellation qui produit généralement des sauvignons très frais et toniques, cette cuvée est étonnamment ronde et structurée. Presque solaire. Voilà qui est étonnant mais traduit une volonté de produire un vin capable de s'adapter à de nombreux plats et occasions. Et, surtout, c'est bon et peu cher. **8,90 €**

Domaine du Joncier, lirac, « Ici », 2019, rouge

Une dominante de grenache, complétée par de la syrah et du cinsault ; des arômes nets et précis, cassis et praliné en tête, une bouche impeccablement structurée, avec des tanins mûrs mais de la tenue. Il n'y a pas à chipoter, c'est un bon plan. Bio et biodynamie. **10 €**

Domaine Vincent & François Jouard, chassagne-montrachet, 2020, rouge

On connaît moins les chassagne-montrachet en rouge, et c'est bien dommage, car le terroir s'y prête parfaitement. La preuve ici, avec un pinot noir au fruité délicat et à l'acidité ciselée, qui offre un retour juteux et une finale très élégante. Le vin évoluera facilement cinq à dix ans. Pour une belle occasion où on a envie de précision, de sens du détail, de finesse. **28,90 €**

VINATIS (du 2 septembre au 9 octobre)

Castelmaure, corbières, *« La Pompadour »* , 2020, rouge

Gros coup de coeur pour ce vin, surtout au vu du prix ! On n'est pas si surpris, car la cave de Castelmaure (Aude) produit de fort belles cuvées. Celle-ci offre d'étonnants parfums de mandarine, d'orange confite, de cassis, de cerise noire et de réglisse. On adore sa structure, dense et polie, comme du muscle sous une robe de soie, avec une super mâche et une belle longueur sur les fruits noirs. On est conquis. **8,90 €**

Benoît Chauveau, pouilly-fumé, *« La Charmette »* , 2021, blanc

CASTELNICOLAS2 - CISION 366286813

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Ce sauvignon sur sol calcaire exhale de charmants arômes, où le citron se mêle d'herbe fraîche, de fleurs délicates, de tilleul. Un vin vif, épuré et authentique, qui nous touche. **11,70 €**

Paul Jaboulet aîné, crozes-hermitage, *« Les Jalets »* , 2019, rouge

Il y a de la structure, de la tenue, du sérieux dans ce crozes-hermitage souligné par un certain croquant, de l'allant. La syrah poivrée se pare ici de pointes de chocolat noir, de café, de myrtille. Un bel ensemble, harmonieux. **12,50 €**

Alejandro Bulgheroni, chianti classico, *« Dievole »* , 2019, rouge

Vinatis est réputé pour posséder une remarquable offre de vins étrangers, et cette bouteille se montre au niveau. Loin des chiantis plats et trafiqués trop souvent servis dans des restaurants italiens, celui-ci dévoile, derrière une robe pâle et fluide, des arômes de fruits croquants du verger, griotte et brugnon, et une acidité vive qui lui donne une belle énergie. Bio. **12,90 €**

Louis Latour, bourgogne, 2017, blanc

Les bourgognes de cette prestigieuse maison sont toujours marqués par des notes d'élevage. C'est le cas avec ce chardonnay puissant, très beurré, toasté, à l'expression aromatique affirmée. Pour qui aime cette personnalité traditionnelle de la Bourgogne, c'est super bien fait et, vu le prix, c'est une bonne affaire. **14,90 €**

VIN-MALIN.FR (jusqu'au 30 septembre)

Domaine de la Luolle, givry, « Les plants sont fleuris », 2019, blanc

Un peu jeune, mais ce chardonnay bio du sud de la Bourgogne mérite le détour, et d'attendre un peu en cave pour révéler davantage sa complexité. Mais on apprécie déjà ses notes de noisette et sa touche minérale. **19,50 €**

Domaine du Clos des Fées, IGP côtes-catalanes, pinot noir, « Aimer, rêver, prier, se taire... », 2020, rouge

Il faut lire l'étiquette pour y croire : oui, c'est bien un vin du Languedoc qui nous donne accès à toute la fraîcheur dont cette région est capable, surtout côté Roussillon. Un pinot noir absolument délicieux, d'un équilibre époustouflant. Un grand vin, plein de promesses. **30 €**

Domaine Alain Graillot, crozes-hermitage, 2019, rouge

D'une générosité incomparable, ce vin est le porte-drapeau de son appellation, et ce millésime le confirme encore. La classe est toujours au rendez-vous avec cette bouteille qu'il ne vaut mieux pas laisser s'échapper. C'est l'harmonie parfaite. **30 €**

Chêne bleu, IGP vaucluse, « Aliot », 2017, blanc

Certes son prix interloque, surtout pendant une foire aux vins. Cependant, cet assemblage de quatre cépages, cultivés en bio, en vaut la peine. Il est d'une complexité rare, tilleul, anis, amande, tout en étant désaltérant et minéral. A tester ! **35,50 €**

WINEANDCO.COM (jusqu'au 4 octobre)

CASTELNICOLAS2 - CISION 366286813

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Mas de la Séranne, languedoc, « A l'ombre du figuier », 2021, rouge

Ce vin bio est encore une preuve, s'il en fallait, que le Languedoc produit des vins élégants et juteux. Celui-là porte bien son nom, comme une invitation à trouver de la fraîcheur. Sans compter son côté sanguin, qui appelle une côte de boeuf sur le gril. Une cuvée franche pleine de suggestions. **7,90 €**

Château de Respide, graves, « Classic », 2018, rouge

En bordure de l'appellation sauternes, ces terroirs de graves offrent des vins souvent digestes et immédiats. C'est le cas ici. Un nez appétissant de rose donne une certaine classe à cette cuvée, issue de merlot et de cabernet-sauvignon, qui se veut simple et facile. **9,90 €**

Domaine Santa Duc, côtes-du-rhône, « Les Quatre Terres », 2019, rouge

Un magnifique assemblage de grenache et de syrah provenant de très beaux terroirs de calcaire confère de la fraîcheur à ce vin certifié bio. Des tanins précis, des fruits mûrs et une matière riche et soyeuse définissent un ensemble d'une grande classe. Un côtes-du-rhône haute couture ! **13,90 €**

Domaine Marcel Lapierre, morgon, 2021, rouge

Ce mythique gamay pionnier du vin « nature », sans soufre donc, prouve encore une fois sa grandeur dans ce millésime magnifiquement réussi. Une élégance folle, des tanins de velours, un jus gourmand et profond qui réjouit par sa sensualité et son équilibre. **22,50 €**

CASTELNICOLAS2 - CISION 366286813

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Le Monde.fr

www.lemonde.fr

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**
Audience : **19355772**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

2 Septembre 2022
Journalistes : **Ophélie Neiman**
Nombre de mots : **9619**

Visualiser l'article

Les foires aux vins 2022 en 8 points-clés

Après deux ans de pandémie et des événements annulés, le grand rendez-vous automnal retrouve un rythme normal.

Cette année, les enseignes font face à un millésime 2021 très faible en quantité. EMMANUEL PIERROT/VU POUR « LE MONDE »

Les foires aux vins démarrent et s'étaleront, selon les enseignes, sur la totalité du mois de septembre et jusqu'à fin octobre pour les plus tardives. Si les stratégies divergent à la marge, toutes ont d'abord voulu proposer une large palette de vins, de toutes les régions et à des prix les plus bas possibles. Le tarif moyen d'une bouteille durant cet événement oscille entre 8 et 10 euros, mais ce montant est gonflé par les rares grands crus, le coeur de gamme se situant plutôt entre 5 et 7 euros. Leur sélection a été compliquée cette année par deux facteurs : l'inflation qui touche les producteurs comme les ménages, et un millésime 2021 difficile à approvisionner sur certaines appellations.

1 UN CONTEXTE DÉLICAT

Les Français achètent de moins en moins de vin dans les grandes surfaces. La dégringolade des ventes au premier semestre 2022 est patente : −8 % en volume et −7 % en valeur par rapport à la même période en 2021, selon FranceAgriMer. C'est même 10 % de chute, si l'on regarde la moyenne sur trois ans. Les vins rouges sont les premiers touchés par le déclin en hypermarché, en particulier les appellations d'origine protégée (AOP) : −14,6 % en volume pour les AOP bordeaux par rapport à 2019, et −21 % pour celles du Languedoc-Roussillon. Le prix moyen de la bouteille, en revanche, reste stable, voire grimpe un peu l'inflation touche aussi ce secteur.

Les foires aux vins de l'an dernier ont enregistré une légère hausse en valeur (1,3 %) par rapport à 2020, selon l'institut

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

d'analyse NielsenIQ, mais on sait que les ventes en volumes sont en baisse continue depuis des années. La petite dynamique, surtout portée par les vins effervescents, pourrait ne pas se renouveler cette année. Dans ce contexte, sachant que le pouvoir d'achat des ménages est miné par la situation économique, il est difficile d'imaginer des foires aux vins 2022 florissantes.

2 JONGLER AVEC DE FAIBLES QUANTITÉS

Les enseignes se heurtent cette année à une difficulté : 2021 est un millésime très faible en quantité , soit 13 % de moins que la moyenne des six millésimes précédents. Le Centre-Loire, la Bourgogne ou le Beaujolais sont les plus touchés, avec environ 34 % de volumes en moins. Les distributeurs ont dû redoubler d'inventivité tactique pour s'approvisionner. *« Nous avions anticipé,* e *n allant dans les vignobles dès octobre pour sécuriser les volumes* , explique Cyril Mondon, responsable de la commission vin pour Leclerc. *Nous avons dû faire l'impasse sur quelques appellations, comme sancerre, mais nous avons du chablis, qui est devenu très dur à trouver. »*

Pour Renaud Guerre-Genton, des magasins Système U, la baisse de production dans des appellations-phares a été l'opportunité de faire rentrer des AOP moins connues. Il donne cet exemple : *« On propose un montravel, à côté de Bergerac* [Dordogne] *, à moins de 5 euros et c'est génial. Le nom peut interpeller, mais sur la table, il met tout le monde d'accord. »*

Carrefour, de son côté, se réjouit de pouvoir couvrir l'intégralité des appellations habituellement proposées. *« Mais parfois il faut réfléchir autrement, par exemple en construisant avec nos partenaires vignerons des cuvées inédites »* , confie David Gonçalves Pires, responsable de l'offre vin de l'enseigne.

3 DES DÉCOUVERTES À PRIX BAS

Créées en 1973 (par Leclerc) pour mettre en avant des crus classés bordelais, les foires font depuis quelques années la part belle à des vins à boire plus rapidement et plus simplement, provenant de toutes les régions, et moins chers. Les éditions 2020 et 2021 étaient déjà marquées par une diminution du prix moyen , et cela ne change pas. La moitié des références proposées par Leclerc coûtent entre 5 et 10 euros. Dans les magasins U, 75 vins passent sous la barre des 5 euros. *« C'est une tendance depuis deux ans* , confirme Olivier Merlevède, chef de groupe vin chez Auchan. *Nous proposons cette année 110 produits à moins de 5 euros, quasiment 40 % de l'offre. En 2019, ce n'était que 30 %. »* Quant à Carrefour, si le nombre de grands crus reste important, l'enseigne propose également un carton de six bouteilles à 10 euros, soit 1,66 euro l'unité après remise. Intermarché reste l'un des plus grands acheteurs de bordeaux primeurs avec vingt crus entre 50 et 600 euros, mais qui ont au moins trois ans et sont prêts à être bus. *« La foire aux vins est la seule opportunité de les mettre en avant »* , rappelle Stéphane Friez, responsable vin pour la marque.

4 LE RETOUR DES SOIRÉES

En raison du Covid-19, la plupart des soirées inaugurales avaient été annulées par les grandes surfaces en 2020 et 2021. Or elles peuvent engranger jusqu'à un tiers du chiffre d'affaires des foires ! C'est avec une joie non feinte que les enseignes renouent avec cette tradition. *« Etre au contact de la clientèle, créer du lien en partageant un moment convivial est fondamental »* , confirme David Gonçalves Pires, de Carrefour. *« Nous faisons venir des vignerons, ce sont de vrais temps de dégustation »* , renchérit Olivier Merlevède, chez Auchan, où, en plus des hyper, les soirées sont étendues aux supermarchés cette année. Adhérent au magasin de Rouffiac (Haute-Garonne), le responsable vin de Leclerc Cyril Mondon y accorde une place toute particulière : *« Je mets un bon de commande avec le catalogue avant la soirée. Cela permet à mes clients de faire leurs commandes en amont. Ainsi, quand ils viennent pour l'inauguration, ils ont déjà tout dans leur Caddie. Et bien sûr, ils peuvent en rajouter. »*

5 DES CAVISTES PRÉSENTS

CASTELNICOLAS2 - CISION 366301764

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Les cavistes indépendants refusent parfois de céder à la vogue des foires, arguant que leurs vins sont au juste prix toute l'année et n'ont pas à être bradés. Mais certains, emblématiques, comme Lavinia, sont rodés à l'événement. De même, les chaînes et franchises jouent le jeu à fond, comme Nicolas, ou encore Cavavin (170 caves), avec 72 références et un slogan : *« Oui à la foire aux vins, non à la foire d'empoigne. »* Plus confidentiels, Les Domaines qui montent et la parisienne Nysa proposent de superbes sélections, avec une offre 100 % bio pour cette dernière. Les cavistes du Web sont particulièrement performants cette année : Vinatis, leader du secteur, mais aussi iDealwine, Millesimes.com ou WineandCo, dominent le segment premium. Vin-malin.fr, Twil, Les Passionnés du vin et Mycaviste.com ciblent aussi les grands amateurs au budget pas forcément opulent.

6 L'ORANGE DÉBARQUE

Variante du vin blanc, le vin orange est néanmoins plus structuré, plus tannique et amer. Son caractère pouvant rebuter, il était jusqu'ici réservé à une niche d'amateurs. Mais il s'affiche cette année à Auchan, Leclerc, Intermarché, et Lidl, notamment. Ce dernier propose, à 6,99 euros, *« un vin minéral et complexe, qui plaise au plus grand nombre, autant aux débutants qu'aux experts »* . Naturalia, qui ne présente pourtant que 30 références dans sa foire, s'autorise *« quelques folies* , dixit Gaëlle Renault, sa responsable vin. *L'amertume est ici très contenue, tous mes collègues ont adoré. Personnellement j'en achèterais plusieurs caisses. »* Il s'agit d'un vin orange de sauvignon, élaboré par François Lurton, grand nom du vignoble bordelais et international. *« Mes équipes en maîtrisent la vinification, et il me semblait intéressant d'en produire avec du sauvignon, pour garder le fruité et la finesse »* , précise le vigneron.

7 LE BIO PLUS DISCRET

La grande distribution a tendance à mêler dans ses dépliants le label HVE (haute valeur environnementale) , qui autorise les pesticides de synthèse, et le logo « AB » , identifiant une agriculture biologique. Mais en réalité, le bio est moins mis en avant cette année. *« C'était un phénomène de mode qui s'est calmé, la croissance s'est ralentie, voire régresse sur les fonds de rayon »* , confirme Cyril Mondon, pour Leclerc. Chez Carrefour, sur 1 900 références, 400 sont HVE et 200 sont bio. Sur les prospectus Intermarché, 241 références sont étiquetées « naturalité » (24 % de l'offre) , dont seulement 93 vins bio. Trop cher, le vert ? Naturalia, qui ne commercialise que des produits bio, indique que le quart de sa sélection est à moins de 8 euros, avec deux cuvées en dessous des 5 euros.

8 DES THÈMES VARIÉS

Pour attirer les plus passionnés, les enseignes mettent l'accent sur des types de vin auxquels leurs concurrents n'ont pas accès (même si cela ne concerne qu'une poignée de cuvées sur l'ensemble de la sélection). Leclerc met par exemple en avant les jeunes vignerons, après un vaste appel d'offres sur tout le vignoble français, auquel une centaine d'entre eux a répondu (sept ont été sélectionnés après dégustation et vérification d'un volume disponible suffisant pour les 600 magasins). Casino met en lumière les vigneronnes. Monoprix propose une sélection axée sur les vins de terroir volcanique, tandis que Système U privilégie des bouteilles méditerranéennes Slovénie, Grèce, Algérie, Liban ou Malte. Intermarché propose une belle sélection de beaujolais et de vins italiens. A chacun ses préférences.

CASTELNICOLAS2 - CISION 366301764

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Le Parisien

www.leparisien.fr

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**
Audience : **14163667**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

2 Septembre 2022
Journalistes : **Rachelle Lemoine**
Nombre de mots : **25557**

Visualiser l'article

Spécial foires aux vins : nos 50 bouteilles préférées de la rentrée

LE PARISIEN WEEK-END. Au mois de septembre, grandes surfaces, cavistes et sites Web proposent leurs bons plans. Voici notre sélection de rouges, blancs ou bulles, et nos coups de coeur à inviter à toutes les tablées.

Rouges, blancs, à bulles ou médaillés, nous avons goûté et approuvé ces 50 bouteilles des foires aux vins 2022. iStock/Getty

« L'année 2021 a été l'une des pires que les vignobles de France aient connue. Après des gelées historiques, les conditions climatiques ont été compliquées avec beaucoup de pluie (...). La plupart des vignobles ont perdu une grande partie des productions. En parallèle, le contexte de crise sanitaire et de guerre a fait monter le prix des matières premières (verre pour les bouteilles, papier pour les étiquettes ou encore carburant), dont les cours flambent et se répercutent sur celui des bouteilles. Il a donc fallu adapter l'offre aux aléas. »

Ces quelques lignes, rédigées par Renaud Guerre-Genton, chef de groupe vins chez Magasins U, dans sa présentation de la foire aux vins 2022, résument bien la situation à laquelle les distributeurs ont dû faire face pour organiser cet événement commercial majeur.

Une chute de 19 % de la production en France

En premier lieu, il a fallu pallier la baisse des volumes. Selon l'Organisation internationale de la vigne et du vin, la production française a enregistré, en 2021, une chute de 19 % par rapport à 2020. Elle s'établit à 37,6 millions d'hectolitres, derrière l'Italie (en tête de la production mondiale avec 50,2 millions d'hectolitres) et devant celle de l'Espagne (35,3 millions). La France est à l'un de ses niveaux les plus bas.

039iiLqniec0ogv_LuSvgbUkFNTcM9jmc3S7ZQXkqP4Fy8gQMibTx1BfXDyLK-GS2XKn8yXofVoJL-f0ffbpfbANWM3

CASTELNICOLAS2 - CISION 366315791

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Si ces moindres volumes ont des conséquences sur l'ensemble des approvisionnements, ils n'impactent pas de la même manière tous les acteurs de ces foires aux vins. Chaque année, à cette occasion, la grande distribution cherche généralement à renouveler ses propositions et lance pour cela des appels d'offres. Dans ce contexte délicat, l'enseigne E. Leclerc a innové en faisant un appel à candidatures ouvert auprès de jeunes vignerons. Cela lui a offert la possibilité de déguster 350 nouvelles cuvées, émanant de 157 vignerons, dont la moitié lui était totalement inconnue jusqu'ici. Une nouvelle forme de sourcing qui lui a permis de recruter sept nouveaux vignerons pour sa sélection nationale. Faute de volumes suffisants, d'autres vins n'apparaîtront que dans les sélections régionales, ou uniquement sur le site Internet du distributeur.

Les circuits plus spécialisés tels que certains cavistes ou sites de vente en ligne ont été moins pénalisés par cette baisse de volumes, leur offre de foires aux vins se constituant majoritairement à partir d'une sélection de leurs références permanentes, proposées à prix réduits. Une partie d'entre eux a pioché dans ses stocks d'anciens millésimes afin d'offrir des flacons prêts à boire, comme vous vous en rendrez compte dans nos pages. Ainsi, la cave de La Grande Épicerie de Paris ne propose pas moins de dix millésimes différents, allant de 2009 à 2021.

La chaptalisation pour augmenter le taux d'alcool

À ces problèmes de volume s'ajoutent ceux concernant la qualité. En raison d'un climat plus frais l'été dernier que pour les précédents millésimes 2018, 2019 et 2020 resteront dans les annales , tous les raisins n'ont pas pu être amenés à leur parfaite maturité. Résultat ? Certains vins peuvent manquer de chair et paraître fluets. Pour corriger ce manque d'ensoleillement, des domaines ont eu recours à la chaptalisation, qui consiste à ajouter du sucre afin de faire grimper un taux d'alcool naturellement timide en 2021. Une pratique autorisée, mais très réglementée en France et en Europe, tandis que dans de nombreux pays comme les États-Unis, le Chili ou la Chine , cette pratique est parfaitement libre.

À l'instar de toute technique vinicole, la chaptalisation requiert savoir-faire et rigueur, afin de rendre l'opération quasiment indétectable par un palais avisé. Dans le cas contraire, elle se trahit par une désagréable sensation de « pâteux » en milieu de bouche. Certains vins dégustés n'y ont malheureusement pas échappé et ont été écartés de notre sélection.

Voici donc nos 50 bouteilles coups de coeur classées, pour chaque catégorie, par ordre de prix croissant. Avec, pour chaque catégorie, un trio de tête. Bonne dégustation !

La passion des rouges

Appellations star, comme le crozes-hermitage, ou plus méconnues, comme le vinsobres et le fixin, voici dix cuvées pour enflammer vos dîners.

Vin de France : Le petit Xavier, Xavier Vignon. Meilleur rapport qualité prix de notre sélection, cette cuvée dévoile un nez frais de fleurs et de fruits rouges, délicatement poivré. Gourmande et minérale en bouche, elle sait aussi se faire gouleyante. Idéale pour un apéro dînatoire. 5,40 euros chez Casino

Ventoux 2021 : Les Hauts de Bacchus bio, Bernard Magrez (coup de coeur de la rédaction). Le groupe viticole, propriétaire de quatre grands crus classés, nous régale avec cette « petite » cuvée. Son bouquet de fruits rouges, tout en souplesse et en fraîcheur, dévoile un jus dynamique. À déguster avec un parmentier de canard. 5,49 euros chez Lidl

Côtes-du-rhône 2021 : De Natura Rerum bio, Dauvergne-Ranvier. Parfaite maturité pour ce rouge rond et savoureux. Grenache et syrah s'unissent dans une explosion de fruits rouges et noirs, et s'expriment délicatement, avec un joli croquant et beaucoup de fraîcheur. Avec un hamburger maison. 7,20 euros chez Monoprix

039iiLqniec0ogv_LuSvgbUkFNTcM9jmc3S7ZQXkqP4Fy8gQMibTx1BfXDyLK-GS2XKn8yXofVoJL-f0ffbpfbANWM3

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Saint-georges-saint-émilion 2020 : Château Bellone. Une belle surprise pour cette appellation réputée austère et tannique, qui dévoile ici une très belle matière fruitée et florale, avec un juteux rafraîchissant. Un flacon plein de charme pour accompagner une terrine de lapin. 7,95 euros chez Auchan

Vin de France 2021 : Les Voyageurs bio, François Collard (coup de coeur de la rédaction). Superbe découverte que ce vin de France produit en biodynamie, qui assemble des cépages italiens (montepulciano et nielluccio). Son parfum aux délicates notes de rose laisse place à une bouche minérale et tendue. Sa finale finement herbacée s'accorde avec des pâtes au pesto. 8,50 euros chez Nysa

Vinsobres 2019 : Domaine Vallot. Cette appellation méconnue de la vallée du Rhône méridionale recèle des vins élégants et frais. Celui-ci, en biodynamie, s'ouvre avec un bouquet de violette, de réglisse et de garrigue. Puis les fruits gourmands s'invitent. En bouche, beaucoup de volume et d'équilibre, avec une superbe finale. Parfait avec des côtes d'agneau. 8,95 euros chez Auchan

Chinon 2021 : La Cuisine de ma mère, Nicolas Grosbois (coup de coeur de la rédaction). Superbe expression du cabernet franc dans une belle maturité, tout en restant croquant. Fruits noirs, fleurs et minéralité infusent une matière fraîche et gouleyante, qui se prolonge dans une longue finale sapide. Un vin à marier à un petit salé aux lentilles. 9,40 euros à La Grande Épicerie de Paris

Corbières 2019 : Les Herbes Hautes bio, Jeff Carrel. Grenache, carignan et syrah pour cette cuvée qui délivre une matière à la fois dense et pleine de fraîcheur et de finesse. Ses belles notes de cassis et d'épices laissent un petit goût de revenez-y et feront des étincelles avec un foie de veau. 9,50 euros chez Nicolas

Crozes-hermitage 2019 : Maison Ferraton. Après des effluves de moka, le nez se fait sauvage. La bouche surprend par ses saveurs florales et révèle un jus très rafraîchissant. À carafer pour déguster dès maintenant, ou à garder quelques années. Avec une côte de boeuf. 14,40 euros chez Intermarché

Fixin 2020 bio : Les Champs des Charmes, domaine du vieux collège. Un pinot noir dans toute sa splendeur : notes de cerises à l'eau-de-vie, nez mûr, belle fraîcheur et texture aux tanins fondants et au boisé bien intégré. Un pâté en croûte s'impose. 19,65 euros chez Auchan

L'élégance des blancs

Qu'elles viennent d'Alsace, de Bourgogne ou de Loire, ces dix bouteilles de très belle tenue offrent une riche palette de saveurs.

Cheverny 2020 : Émotion. Avec son nez aromatique aux accents floraux et sa bouche aux saveurs de groseille à maquereau, cette cuvée révèle une belle matière, à la fois consistante et tout en souplesse. Sa finale à la pointe anisée renforce la sensation de fraîcheur. À l'apéro, avec des rillettes de canard. 6,30 euros chez Auchan

Picpoul-de-pinet 2021 : Hecht & Bannier bio. Ce blanc nous enchante par son aromatique vive et saline. En bouche, un joli jus croquant apporte une grande brassée d'air frais. Idéal avec des huîtres de l'étang de Thau, en bordure duquel est planté le vignoble. 6,90 euros chez Casino

Le pallet 2016 : Palatio, vignerons du pallet (coup de coeur de la rédaction). Le muscadet est un vin taillé pour la garde. Ce 2016 offre un nez complexe et intense, où se disputent fruits mûrs, amandes et biscuits. Franc en attaque, aux saveurs

039iiLqniec0ogv_LuSvgbUkFNTcM9jmc3S7ZQXkqP4Fy8gQMibTx1BfXDyLK-GS2XKn8yXofVoJL-f0ffbpfbANWM3

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

d'agrumes, il s'amplifie et se ponctue par une longue finale minérale. Pour un poulet rôti et une purée de patates douces. 7,10 euros chez Casino

Alsace 2021 : Pinot Auxerrois bio, Baumann Zirgel. Ce vin biodynamique ravit par sa fraîcheur et son aromatique de fleurs et de fruits blancs (pêche). La bouche est délicate, fruitée et gourmande. À accorder avec les premières asperges. 10,50 euros chez Biocoop

Pouilly-fumé 2021 : Cédrick Bardin. Un premier nez acidulé laisse place à une aromatique plus complexe et intense de fruits blancs et de zestes de citron. L'attaque, vive et fraîche, évolue vers un joli gras, tout en équilibre grâce à l'acidité et la belle minéralité qui se dévoile en finale. Avec un saint-pierre rôti. 11,19 euros chez Magasin U

Riesling 2018 : Zellenberg bio, Jean Huttard (coup de coeur de la rédaction). Un riesling sans caricature, au nez gourmand de fruits jaunes (abricot) et de notes miellées. L'attaque est droite et pleine de finesse, puis se déploie dans la richesse avec du gras qui apporte beaucoup de gourmandise et le dote d'un caractère très aimable. À marier à une pintade rôtie. 11,50 euros chez Magasin U

Menetou-salon 2021 : Domaine de l'Ermitage. Un sauvignon ciselé, au nez délicat et fruité avec son bouquet de fleurs blanches légèrement citronné. Sa matière fine et vive resplendit de fraîcheur grâce à une belle trame minérale. Top avec un fish & chips. 11,95 euros chez Carrefour Hypermarché

Chablis 2020 : Icauna, Union des viticulteurs de Chablis. Un excellent rapport qualité-prix pour ce chablis, qui offre un nez complexe et pierreux. La bouche est vive, aux beaux accents citronnés, et offre une jolie fluidité jusqu'à sa finale fraîche et minérale. Avec un jambon persillé de Bourgogne. 12,90 euros chez E. Leclerc

Mercurey 2019 : Château de Santenay (coup de coeur de la rédaction). Très joli nez pour ce mercurey qui dévoile un bouquet complexe de fleurs, de fruits jaunes et tropicaux, d'agrumes et une pointe vanillée. L'attaque est riche et structurée, avec une matière crémeuse et finement beurrée, jusqu'à sa longue finale fraîche et saline. Pour escorter des noix de Saint-Jacques. 14,50 euros chez Franprix

Saint-péray 2019 : Domaine Pierre Gaillard. Assemblage parfait de roussanne et de marsanne pour cette cuvée au nez fruité intense, empreinte d'une belle minéralité. La matière est structurée en bouche avec un bon équilibre et beaucoup de fraîcheur. À tester avec un saint-félicien bien crémeux. 17 euros sur Vin-malin.fr

Pile dans la tendance

Les bulles et les vins légers ont la cote cette année. En voici 10 à guetter chez votre caviste et dans les rayons des supermarchés.

Saumur-champigny 2020 : Secret du caveau, Domaine des Galmoises. Superbe expression du cabernet franc quand il est à point, ce rouge embaume la gelée de groseilles et de mûres. En bouche, la matière est onctueuse et fraîche. À ce prix-là, on n'hésite pas ! À découvrir avec une terrine de foie de veau. 5,99 euros chez Casino

Fleurie 2021 : Domaine de la Madone. Ici, le gamay s'exprime dans un caractère plus rustique et végétal, avec un bouquet épineux et floral au nez. La bouche se fait juteuse à souhait, avec une belle acidité, offrant à ce rouge une fraîcheur et une vivacité débordantes. Avec une andouillette beaujolaise. 7,15 euros chez Intermarché

039iiLqniec0ogv_LuSvgbUkFNTcM9jmc3S7ZQXkqP4Fy8gQMibTx1BfXDyLK-GS2XKn8yXofVoJL-f0ffbpfbANWM3

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Saint-amour 2020 : De tout coeur, Arnaud Aucoeur. Son nez de fruits rouges, suave et profond, invite à la gourmandise. La matière, aux saveurs en accord avec l'olfactif, se fait ronde et fraîche. La texture surprend par son fondant, avant de s'étirer longuement dans une délicatesse exquise. Avec un sauté de veau. 7,50 euros chez Carrefour Hypermarché

Anjou blanc 2020 : L'Esquisse bio, Château de Suronde (coup de coeur de la rédaction). Ce chenin ravit les papilles avec son aromatique de pêche et de melon. L'attaque est ample et généreuse, offrant un joli gras, une belle structure et des saveurs de fruits jaunes. Elle se poursuit sur des accents d'agrumes et de fins amers. Un blanc du val de Loire qui fera des merveilles à l'apéritif. 8,90 euros chez Monoprix

Anjou rouge 2021 : bio, Château de Passavant. Dans ce rouge labellisé bio et Demeter (biodynamie), la pointe de grolleau vient adoucir le cabernet franc. Un régal ! Il charme par son fruité subtil et s'avère, en bouche, charnu et gourmand, avec un toucher délicat. Avec une tomme de brebis. 9,50 euros chez Biocoop

Saint-chinian-roquebrun 2019 : Éclats de schistes, Cave de Roquebrun. Au premier abord se dégage de ce rouge un profil puissant, bien typé languedocien, avec un nez profond de petits fruits noirs confiturés, d'épices et de cacao. Puis la bouche surprend par son équilibre, avec une matière structurée et une belle minéralité. La finale est fraîche, aux accents de réglisse. Avec une daube provençale. 10,95 euros chez Carrefour Hypermarché

Languedoc 2021 : Les Petits Pas, Domaine du Pas de l'Escalette. Ce domaine, implanté en partie sur l'appellation terrasses-du-larzac, élabore des vins dans différentes aires d'appellation. Ce languedoc rouge, bio et biodynamique, illustre à merveille la fraîcheur de son terroir. Dès le nez, il offre un fruit éclatant, qu'on retrouve en bouche avec une matière fluide et croquante, très sapide. Top avec une saucisse aux herbes. 12,70 euros sur Lavinia.fr

Terrasses-du-larzac 2021 : Les Affiches et Pierre et Samuel Halley bio, Clos Constantin. Plutôt discrète au nez, avec un joli fruité, cette cuvée rouge, à base de grenache, syrah et mourvèdre, se révèle une fois en bouche. Très florale, avec une belle fluidité à l'attaque, elle se fait savoureuse tout au long de sa finale très persistante. On apprécie son remarquable équilibre, qui s'harmonisera avec un boeuf thaï. 17 euros chez Nysa

Champagne : Blanc de Noirs Brut, Demilly de Baere. Très séduisant dès le nez, avec ses notes pâtissières et légèrement grillées, ce champagne révèle une belle énergie en bouche et beaucoup de fraîcheur, accompagnées de saveurs de fruits et d'épices. Très peu dosé, il peut être ouvert dès l'apéro et prendre ensuite place à table pour accompagner le repas. 18,95 euros chez Magasin U

Champagne : Brut grand cru bio, Gaston Collard (coup de coeur de la rédaction). Élaborée avec 90 % de pinot noir issu du grand cru de Bouzy, cette cuvée (bio et biodynamique) joue dans la catégorie vin, avec son nez puissant et structuré. La bulle, fine, disperse une saveur de poire en bouche, jusqu'à sa jolie finale, vive et rafraîchissante. À servir accompagné de gougères. 33,50 euros chez Nysa

En avant, les seconds !

Proposés par les grands châteaux du Bordelais, les seconds vins, plus accessibles, bénéficient du même soin que celui apporté à leurs aînés. Alors pourquoi se priver ?

Bordeaux 2019 : Comtesse de Malet Roquefort, Domaine de Malet Roquefort. Cette cuvée est élaborée à partir de raisins issus en partie des propriétés de la famille Malet Roquefort, propriétaire de La Gaffelière. À base de merlot et de cabernet franc, voilà un vin fruité et gourmand, souple et très accessible. Avec une viande rouge. 7,90 euros chez Monoprix

039iiLqniec0ogv_LuSvgbUkFNTcM9jmc3S7ZQXkqP4Fy8gQMibTx1BfXDyLK-GS2XKn8yXofVoJL-f0ffbpfbANWM3

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Moulis-en-médoc 2016 : La Salle de château Poujeaux, Château Poujeaux (coup de coeur de la rédaction). Second vin de ce château renommé, cette cuvée est composée en majorité de merlot, que l'on perçoit dès le nez, avec ses arômes de fruits rouges frais et mûrs, et une pointe de réglisse. Fine et savoureuse, la bouche est d'une belle intensité et se termine en délicatesse. À accorder à un osso-buco. 12,85 euros chez Casino

Saint-émilion grand cru 2019 : Clos La Gaffelière, La Gaffelière. Dominé par le merlot, ce second vin exprime, dès le nez, la fraîcheur, avec des notes de cerise et de violette. En bouche, la matière est élégante, avec un beau fruité et des tanins souples, jusqu'à sa finale, infusée d'épices et d'un délicat boisé. À marier avec un tajine d'agneau. 17,79 euros chez Carrefour Hypermarché

Saint-émilion grand cru 2016 : Petit Soutard, Château Soutard. Cet assemblage de merlot, cabernet franc, cabernet sauvignon et malbec, dévoile un joli bouquet de violette et de fruits rouges, et une pointe de grillé. En bouche, la matière se fait ronde et vive, et sa finale, savoureuse. Avec une poêlée de cèpes. 17,95 euros chez Carrefour Market

Margaux 2020 : Aurore de Dauzac, Château Dauzac. Issue d'une sélection parcellaire pointue, cette cuvée n'est pas le second de Château Dauzac, mais un vin à part entière. Il charme par son nez frais aux accents mentholés. La bouche est d'un beau volume mais sans lourdeur, et son acidité lui donne un beau potentiel de garde. On y goûte avec une épaule d'agneau confite. 18,95 euros chez Carrefour Hypermarché

Saint-julien 2018 : Les Fiefs de Lagrange, Château Lagrange (coup de coeur de la rédaction). Appartenant au groupe japonais Suntory depuis 1983, Château Lagrange a créé cette cuvée la même année. Ce 2018, au nez profond et intense de fruits rouges et d'épices, à la bouche racée et fraîche, touche à l'excellence. Déjà accessible, il peut être gardé jusqu'en 2030. Parfait pour escorter un lièvre à la royale. 26,90 euros sur Wineandco.com

Saint-estèphe 2012 : Le Marquis de Calon, Château Calon Ségur. Ce second vin dévoile un nez riche de fruits noirs confiturés. La bouche est élégante et longiligne, avec une extraordinaire finesse de tanins. Il est déjà bon à boire mais peut aussi patienter quelques années. Avec un magret de canard. 28 euros à Lacaveduchâteau.com

Saint-émilion 2020 : N° 3 d'Angélus, Château Angélus. Ce troisième vin de l'incontournable Château Angélus s'ouvre sur des notes de moka, puis s'exprime dans une belle fraîcheur. On aime sa matière très équilibrée et sa finale savoureuse et minérale. Avec un boeuf braisé. 29,95 euros chez E. Leclerc

Pessac-léognan 2018 : Haut-Bailly II, Château Haut-Bailly (coup de coeur de la rédaction). Ce « II » est à la hauteur de l'appellation pessac-léognan, appréciée pour ses vins fins. Ce superbe millésime 2018 offre une matière fine et ciselée, fraîche et veloutée, qu'on devra faire « attendre » encore un peu. Idéal avec un carré de veau. 33,90 euros sur Millesimes.com

Pauillac 2018 : Réserve de la Comtesse, Château Pichon-Longueville Comtesse de Lalande. Mettons le cap sur la rive gauche ! Cet assemblage, dominé par le cabernet sauvignon, dévoile une fraîcheur mentholée au nez. Sa pureté au palais et sa structure élégante sublimeront un foie gras. 44,90 euros sur Millesimes.com

Place aux médaillés

Ils ont tapé dans l'oeil des experts lors de challenges internationaux ou de concours régionaux. Aujourd'hui, à vous de déguster ces vins les yeux fermés !

Crémant-de-bordeaux : blanc brut, Balard. Médaille d'or au Challenge Gilbert & Gaillard 2022. Ce concours réputé décerne

039iiLqniec0ogv_LuSvgbUkFNTcM9jmc3S7ZQXkqP4Fy8gQMibTx1BfXDyLK-GS2XKn8yXofVoJL-f0ffbpfbANWM3

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

chaque année plus de 1 000 médailles à des vins d'une trentaine de pays. Dominé par le sémillon, ce crémant bluffe par son fruité et sa délicatesse... et par son prix. On le débouche pour un apéritif dînatoire. 4,95 euros chez Lidl

Corbières 2018 : Château d'Ornaisons bio. Médaille d'argent au Challenge millésime bio 2021. Avec son nez croquant aux effluves d'herbes aromatiques, ce rouge, assemblage de grenache, syrah et mourvèdre, invite à la dégustation. D'une belle ampleur en bouche aux saveurs de fruits rouges (fraise et framboise), il s'exprime avec franchise et fraîcheur. Très digeste tout au long de sa finale, il sublime des travers de porc caramélisés. 5,50 euros chez Magasin U

Cahors 2020 : Gariotte, Clos de Gamot, famille Jouffreau. Médaille d'or au Concours des vins du Sud-Ouest 2022, médaille d'argent au Concours international des Féminalise 2022. Ce malbec (rouge) séduit grâce à son nez complexe de fleurs, de fruits à noyaux à l'eau-de-vie et d'une pointe d'amaretto, ponctué par des notes poivrées. Frais et dynamique en attaque, il monte en puissance avec une matière presque crayeuse. Parfait avec une entrecôte grillée. 5,95 euros chez Franprix

Saint-nicolas-de-bourgueil 2020 : Origine bio, Vins Pierre Bourré. Médaille d'or au Concours des vins de Loire 2021. Un nez, au premier abord, plutôt sur la réserve, qui offre ensuite de belles notes de framboise et de violette. En bouche, ce rouge se révèle juteux et croquant, avec une matière structurée qui reste sapide. Cette cuvée facile d'accès fera merveille avec un pot-au-feu. 6,75 euros chez Franprix

Beaumes-de-venise 2020 : Domaine de la Daumace. Médaille d'or au Concours des vins d'Avignon 2021. Cette appellation de la vallée du Rhône méridionale est réputée pour ses rouges corpulents, parfois trop riches. Cette cuvée est une bonne surprise tant son équilibre enchante. Avec son nez frais, fruité et floral, elle dévoile une matière gourmande et juteuse, pleine de saveurs du Sud. Pour accompagner un filet mignon de porc aux figues. 6,95 euros chez Intermarché

Côtes-de-bourg 2019 : Grain de folie bio, Château Puy d'Amour. Médaille d'or au Concours international des Féminalise 2021, médaille d'or au Concours des vins de Mâcon 2021. Ce rouge (merlot et malbec) peut encore attendre quelques années avant d'être à point, mais il a déjà fière allure, avec son nez dominé par des notes florales, une explosion de fruits et une délicate touche boisée. Équilibré, fin et suave en bouche, il se prolonge généreusement. Délicieux avec un saint-nectaire. 7,95 euros chez Intermarché

Haut-médoc 2016 : Château d'Aurilhac. Médaille d'or au Concours général agricole de Paris 2019 (coup de coeur de la rédaction). Par sa qualité et son prix, ce vin rouge est une aubaine ! Son nez exprime des fruits mûrs (cerise et cassis), quelques touches épicées et légèrement boisées. En bouche, la matière est élégante, riche et onctueuse, sans oublier la fraîcheur qui accompagne sa longue finale. Un délice pour accompagner un confit de canard. À boire ou à garder. 8,95 euros chez Carrefour Market

Cassis blanc 2021 : bio Domaine La Dona Tigana. Médaille d'or au Concours général agricole de Paris 2022 (coup de coeur de la rédaction). Derrière ce blanc se cache Jean Tigana, footballeur au palmarès prestigieux. Ce passionné de vin a créé son domaine en 1998. Cette cuvée est un ravissement, avec ses notes de fruits gourmands et d'agrumes, et ses fins amers en finale, qui lui apportent de la fraîcheur. Idéal avec un carpaccio de daurade. 11,95 euros chez Casino

Pouilly-vinzelles 2020 : Vieilles Vignes, Cave des grands crus blancs. Médaille d'argent au Concours des vins de Mâcon 2021. Cette appellation voisine de pouilly-fuissé produit de grands vins blancs, à l'image de cette cuvée qui régale le palais. Dès le nez, ses notes intenses de fleurs blanches aux accents toastés et épicés séduisent. Puissante et charnue en attaque, elle devient savoureuse, finement aromatique, jusqu'à sa finale, fraîche et équilibrée. Avec une blanquette. 12,50 euros chez Casino

Saint-nicolas-de-bourgueil 2020 : La Butte aux Cailles, Famille Amirault Grosbois. Médaille d'or au Concours international

039iiLqniec0ogv_LuSvgbUkFNTcM9jmc3S7ZQXkqP4Fy8gQMibTx1BfXDyLK-GS2XKn8yXofVoJL-f0ffbpfbANWM3

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Féminalise 2021 (coup de coeur de la rédaction). Avec son expression éclatante du cabernet franc et ses notes de violette et de fruits rouges, ce rouge biodynamique réjouit dès le nez. Au palais, c'est une décoction de fruits rouges portée par la fraîcheur et la minéralité et des tanins croquants. À accorder avec des paupiettes de veau. 13,80 euros chez Casino

039iiLqniec0ogv_LuSvgbUkFNTcM9jmc3S7ZQXkqP4Fy8gQMibTx1BfXDyLK-GS2XKn8yXofVoJL-f0ffbpfbANWM3

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **1051000**

Sujet du média : **Lifestyle**

Edition : **Du 05 au 11 septembre 2022 P.43-44**

Journalistes : **Olivia Delaunay**

Nombre de mots : **1037**

C'EST Maxi GOURMAND !

Par Olivia Delaunay

SPÉCIAL FOIRES AUX VINS

Notre sélection de jolis vins à réserver pour vos Fêtes !

SOYEUX, À GARDER JUSQU'À 10 ANS !

Clos des Mûres 2020

AOP Languedoc, Château Paul Mas, 12,50 € (Cavistes Nicolas)

La syrah s'exprime magnifiquement, donnant un vin complexe, aux arômes de cassis, violette et mûres évoluant vers des notes de cacao et d'épices douces.

Le bon accord : des viandes rouges grillées, un magret de canard, ou des plats typés (poulet basquaise, osso buco…).

Le Grand Pompée Saint-Joseph 2017

Maison Paul Jaboulet Aîné, 16,95 € (Carrefour)

Les premiers arômes de cerise et de griotte laissent place au cassis, à la réglisse et aux épices. Des tanins veloutés et une belle structure.

Le bon accord : un magret de canard, un faisan rôti, du chevreuil.

Les Aumôniers 2019

AOP Condrieu 22,99 € (Lidl)

Une robe dorée et brillante, des notes intenses de fleurs et de fruits blancs et des arômes d'abricots, de pêches et d'agrumes, il révèle en bouche beaucoup de fraîcheur et de rondeur.

Le bon accord : foie gras, turbot grillé ou viande blanche.

Château de L'estagnol 2021

AOP Côtes-du-Rhône Vieilles Vignes, 4,35 € (Netto)

Au nez, ce vin révèle des arômes de mûres, fruits rouges et sous-bois. Un vin puissant et équilibré en bouche.

Le bon accord : gigot d'agneau aux épices ou daube de sanglier.

FRUITÉ TRÈS ÉQUILIBRÉ

Inspiration, A.O.P. Crozes-Hermitage 2021

Domaine De La Ville Rouge, 14,90 € (Monoprix)

Un vin encore jeune avec des notes de petits fruits noirs, de violette et de poivre vert. La bouche est élégante et longue, avec un tanin présent.

Le bon accord : faisan rôti, chevreuil en sauce, canard ou coq au vin.

Château Delmond 2017

Sauternes Blanc, 14,50 € (Franprix)

Le bouquet de ce vin mêle des arômes de coing, citron et de miel. Ample et généreux, il développe des notes de cire d'abeille et d'abricot confit.

À boire d'ici 5 ans.

UN VIN ÉLÉGANT

Le bon accord : à l'apéritif, toast de foie gras, gâteau au chocolat, tarte aux fraises.

COUP DE CŒUR !

Clos de La Perrière 2019

AOP Bourgogne Hautes-Côtes-de-Beaune, 12,95 € (Casino)

Ce vin est léger et soyeux. Les tanins sont souples. Il dévoile des arômes de fruits rouges, tout en finesse avec une certaine complexité.

Le bon accord : volailles et viandes rouges.

Domaine Le Péage, Gigondas 2021

12,95 €, (E.Leclerc)

Un vin puissant mais bien structuré, avec ses arômes de fruits rouges bien mûrs, il appelle une cuisine typée et de caractère.

Le bon accord : tous les plats d'hiver lui vont bien. Le gibier à poils et à plume et la truffe.

Clos de La Chaise Dieu Monopole 2018

AOP Bourgogne Côte-d'Or, Château Santenay, 11,50 € (Casino)

Une robe or aux reflets verts, ce vin est équilibré entre moelleux et acidité, il est donc prêt à être bu.

Le bon accord : entrées chaudes, poissons et crustacés crémés.

Photos Getty Images ; presse. L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Dates des principales foires aux vins

ALDI : à partir du 06/09
AUCHAN HYPER : du 27/09 au 11/10
AUCHAN SUPER : du 06/09 au 25/09
BIOCOOP : du 19/09 au 03/10
CARREFOUR HYPERMARCHÉS : du 27/09 au 10/10
CARREFOUR MARKET : du 06/10 au 23/10
CASINO (Géant et Super) : du 26/08 au 11/09
EATALY (eataly.fr) : du 14/09 au 16/10
E.LECLERC : à partir du 04/10
FRANPRIX : du 9/09 au 09/10
LIDL : dès le 07/09
MONOPRIX : du 16/09 au 02/10
NETTO : du 01/09 au 19/09.

Camille Meyer, Grand Cru Marckrain 2020

AOC Gewurztraminer 8,99 € (Lidl)

Une robe intense jaune or, au nez des arômes d'épices et de fleurs. La bouche opulente est un bon compromis entre moelleux et fraîcheur.

Le bon accord : un vrai vin de fête qui se marie avec un foie gras de canard, un fromage de caractère, un vacherin glacé en dessert.

Labouré-Roi, Bourgogne Hautes-Côtes-de-Nuits 2021

10,95 € (Carrefour)

Sous une robe or aux reflets émeraude, un bouquet frais, minéral et fruité, aux notes de fleurs blanches. La bouche est équilibrée.

Le bon accord : un turbot au four ou une côte de veau aux morilles.

Château Tour Chaigneau 2019

Bordeaux AOP Lalande-de-Pomerol, 10,39 € (Netto)

Un vin puissant, mais très équilibré, avec des notes fruitées rouges qui évoluent vers les fruits secs. De beaux tanins fondus et une jolie fraîcheur.

Le bon accord : des cèpes, un vol-au-vent, une volaille farcie au foie gras.

Château de Sainte Gemme 2018

Haut-Médoc AOC, 8,99 € (Aldi)

Robe grenat intense. Le nez affirme des notes fruitées, de cassis, finement boisées et épicées. La bouche est ample, dotée d'une superbe structure avec des tanins riches mais bien fondus.

Le bon accord : rôti de sanglier, filet de bœuf en croûte, du faisan ou du canard.

Cuvée Caroline 2021

Bordeaux Graves, Château De Chantegrive, 14,90 € (E.Leclerc)

Ce très joli vin révèle des arômes boisés beurrés, entre ananas, miel et melon, avec des notes d'herbes et d'acacia.

Le bon accord : un vin pour la table qui fera merveille sur les plats de fêtes avec du foie gras, du poisson ou des petits crustacés.

Château Cantelaudette Cuvée Prestige 2018

Graves-de-Vayres AOC, 6,99 € (Aldi)

Une robe rouge cerise scintillante. Le nez, très complexe, laisse un mélange de banane séchée et de fraise très mûre, avec une pointe toastée. La bouche, très fraîche, révèle des arômes de fruits rouges compotés et de beaux tanins.

Le bon accord : un vol-au-vent, un canard à l'orange, un risotto aux champignons.

Saint-Joseph Rouge Gilles Flasher 2019

14,95 € (Franprix)

Minéral, floral, frais et racé, il fait honneur à son appellation. Avec sa robe rouge griotte, il offre de l'élégance et de la friandise à la dégustation.

Le bon accord : gigot de sept heures, agneau rôti ou épaule, côte de bœuf.

Bauman Zirgel, AOC Alsace Pinot Gris 2020

10,95 € (Biocoop)

Une robe jaune pâle, brillante. Le nez est fin, délicat, sur des notes fumées, de fleur blanche et du fruit à chair jaune. La bouche est fruitée, tendre et gourmande.

Le bon accord : blanquette de veau, saint-jacques, ou vieux comté.

Alta Langa Blanc de Noir DOCG Brut 2017

Mirafiore, 23,45 € (Eataly)

Direction le Piémont en Italie : robe dorée et effluves gourmandes d'abricot confit, de noisette et de pain grillé. Une bulle solaire et suave.

Le bon accord : idéal avec un foie gras ou une volaille farcie.

Photos Getty Images ; presse. L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Le Journal du Dimanche

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **1113000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **04 septembre 2022 P.46-48**

Journalistes : **NICOLAS DE ROUYN**

Nombre de mots : **2346**

Plaisirs **Foires aux vins**

LA LISTE DE NOS ENVIES

SÉLECTION

Les meilleures affaires des grandes surfaces, cavistes ou sur Internet, d'après les experts de Bettane + Desseauve

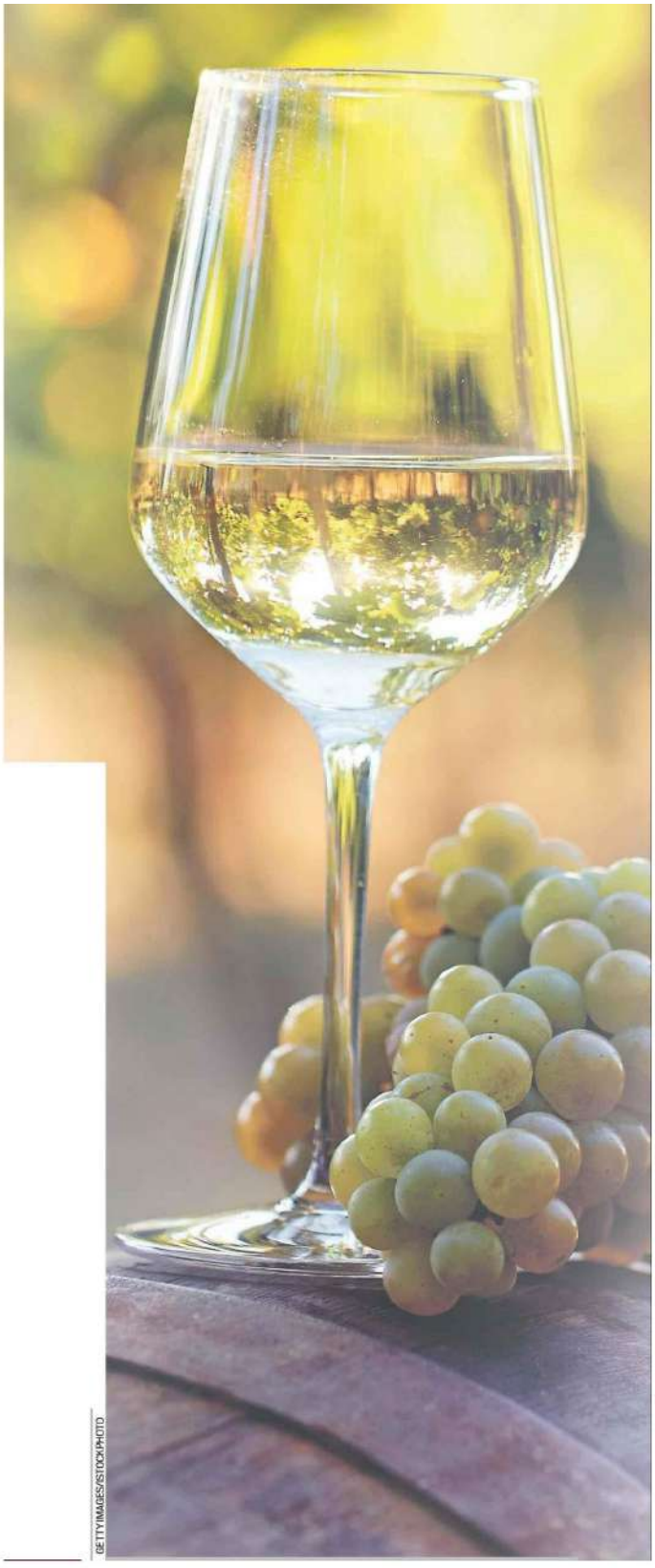
Longtemps, les foires aux vins se sont cantonnées aux seules appellations bordelaises, le bordeaux régnait en maître dans les rayons. En 1973, quand les centres Leclerc ont créé l'événement, le négoce bordelais a vite compris l'intérêt de l'opération, à la fois déstockage massif et vaste échantillonnage. Double avantage : les chais se vidaient en septembre-octobre et les Français découvraient des vins à des prix acceptables. L'an prochain, on fêtera les 50 ans de ces foires désormais incontournables.

Depuis quelques années, l'offre s'est diversifiée. Le bordeaux fait place à d'autres vins, y compris étrangers. Il faut se souvenir que la France compte pas moins de 13 régions viticoles pour environ 315 appellations, un chiffre en constante augmentation. Ce qui signifie qu'il existe une offre si large qu'une vie ne suffirait pas à l'explorer tout entière.

En parallèle, la demande du public pour des vins fins, joyeux, faciles à boire s'accentue d'année en année : on les veut accessibles, compréhensibles, distrayants. C'est ce que s'efforce de faire la grande distribution aujourd'hui en explorant la Loire, le Rhône du nord au sud, les « petites » appellations de Bourgogne, d'autres terroirs encore. Sans renier, et c'est heureux, ce qui fit leur gloire, ces grands bordeaux qu'on gardera des années en attendant leur apogée. Le choix est immense, comme nos exigences. La curiosité est une jolie qualité. ●

NICOLAS DE ROUYN

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



GETTYIMAGES/ISTOCKPHOTO

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7799063600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

AUCHAN

(du 6 au 25 septembre en super, du 27 septembre au 11 octobre en hyper)

- **Domaine Gondard-Perrin, Cœur de Viré, viré-clessé 2020**
12,95 euros
Une référence habituelle des foires Auchan qui brille par sa régularité. Ce chardonnay riche plaira à l'amateur du genre et accompagnera bien de nombreux plats en sauce. À boire dès à présent ou à garder deux à trois ans.

- **Château Marguerite, fronton 2020**
3,69 euros
Prix canon pour ce fronton, appellation du Sud-Ouest qui met à l'honneur la négrette, cépage autochtone aromatique qui donne à ce vin des notes florales intenses et un nez de cerise écrasée. Joli rouge de soif, à boire frais et rapidement.

CARREFOUR

(du 14 septembre au 30 octobre)

- **Château Dauzac, margaux 2020**
40 euros
Ce cru classé de margaux propose un millésime 2020 sur la finesse et l'élégance. Bref, tout ce qu'on aime dans les vins de Bordeaux, entre tannins fins et fraîcheur finale caractéristique de l'assemblage. À laisser quelques années en cave.

- **Champagne Nicolas Feuillatte, Cuvée légendaire**
40 euros
La première marque de Champagne en France compte sur ses partenaires vignerons de longue date. Sa gamme progresse, et cette cuvée désaltérante affirme son élégance et sa salinité. Bon rapport qualité-prix.

CASINO

(jusqu'au 11 septembre en hyper et super, du 6 au 18 septembre dans les enseignes de proximité)

- **Dauvergne-Ranvier, De natura rerum, vacqueyras 2018**
11,25 euros
Ce duo a créé une société de négoce pour donner une lecture fidèle des appellations de la vallée du Rhône et offrir le meilleur rapport prix-plaisir. C'est le cas avec ce vacqueyras gourmand au fruité mûr, dont on apprécie la rondeur et la texture caressante.

- **Bouchard Père & Fils, beaune premier cru 2017**
23,50 euros
De retour au haut niveau, la réputée maison beaunoise exprime ses ambitions avec ce premier cru ample en bouche, à la belle expression de fruits rouges et de feuilles séchées. Superbe.

INTERMARCHÉ

(du 6 au 25 septembre)

- **Château Sigalas-Rabaud, La Demoiselle de Sigalas, bordeaux blanc 2016**
12,90 euros
Ce cru classé en sauternes brille aussi par son bordeaux, un blanc sec gras en bouche et à la finale tendue, parfait avec un poisson grillé.

- **Domaine William Fèvre, chablis premier cru Vaillons 2017**
23,90 euros
C'est la référence de cette appellation connue dans le monde entier pour son chardonnay tout en tension et minéralité. Tonique, frais, sur le fruit jaune, ce premier cru a les fondamentaux du chablis avec le style Fèvre en plus : équilibre, vivacité et gourmandise.

- **Gérard Bertrand, Cuvée d'exception, corbières-boutenac 2020**
8,60 euros
Cru de premier ordre, les vins de Boutenac allient une aptitude à la garde et un profil gourmand. Signé Gérard Bertrand, référence dans la région, ce 2020 déroule son fruité rouge et noir, ses épices et ses tannins « réglissés », entre fraîcheur et rondeur. Rapport qualité-prix indéniable.

- **Château Montus, LaTyre, madiran 2010**
125 euros
Alain Brumont a créé ex nihilo ce grand vin du Sud-Ouest, souvent comparé aux premiers crus bordelais. Puissant et fin, ce madiran impressionne par ses tannins dessinés et sa fraîcheur finale qui répond aux arômes gourmands de fruits noirs.

- **Château Pavie, saint-émilion grand cru 2016**
390 euros
Identitaire, c'est le mot qui qualifie le mieux le vin de cette propriété de Saint-Émilion, au sommet de la hiérarchie de l'appellation. Un 2016 complet, entre notes savoureuses de fruits noirs et sensation d'harmonie. Bouteille de grande garde, taillée pour le prochain demi-siècle.

LECLERC

(à partir du 4 octobre)

- **Château La Gaffelière, saint-émilion grand cru 2020**
69,95 euros
Remis sur les rails du succès, ce cru classé de Saint-Émilion affirme sa montée en puissance avec un millésime 2020 qui correspond à son style en finesse. Puissantes notes de sous-bois, tannins bien enrobés, bouche majestueuse, la finale persistante.

- **Château Ferrandière, Terre blanche, languedoc blanc 2021**
5,95 euros
Petit prix et grand plaisir pour ce languedoc blanc surprenant de consistance. Sa bouche grasse laisse s'exprimer d'agréables parfums de pêche blanche. Un vin savoureux et précis. À ce prix, on achète un carton de six.

- **Château Gloria, saint-julien 2020**
35,90 euros
Nous aimons depuis de nombreuses années ce saint-julien, propriété de la famille Triaud. Bouche fruitée, tannins ronds et souples, ce challenger sérieux à bien des crus classés est déjà en place. Mais quelques années en cave lui feront encore le plus grand bien.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7799063600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

LIDL
(à partir du 7 septembre)

- **Jean-Claude Mas, Enigma, IGP pays d'oc 2021**
4,49 euros

Son assemblage atypique et son petit prix en font un vin idéal pour étonner lors d'un apéritif ou d'un afterwork. La force de Jean-Claude Mas, c'est la régularité et le rapport qualité-prix. Cet enigma en témoigne.

- **Château La Justice, fronsac 2020**
9,99 euros
Fronsac est l'une des appellations les plus sous-estimées du Bordelais. On y trouve pourtant des vins remarquables par une fraîcheur florale propre au secteur. Un 2020 à moins de 10 euros idéal avec une belle viande.

- **Bernard Magrez, Les Hauts de Bacchus, ventoux 2021**
5,49 euros
Propriétaire de nombreux domaines à Bordeaux (dont

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7799063600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

certains prestigieux), Bernard Magrez a aussi élargi son champ d'action. Dans la vallée du Rhône, il propose ce ventoux sérieux et puissant, fait pour accompagner des plats épicés. On l'attend deux ou trois ans.

- **Gabriel Meffre, Instants rares, rasteau 2021**
7,19 euros
Meffre, c'est une maison de référence du sud de la vallée du Rhône, toujours régulière dans les vins qu'elle propose. On ne résiste pas à ce rasteau d'excellente facture entre finesse de corps et puissance aromatique, surtout à ce prix.

MAGASINS U
(du 27 septembre au 8 octobre)

- **Domaine Anita, Aux Michelons, moulin-à-vent 2021**
8,95 euros
Anita Kuhnel, installée à Chénas, produit des vins sérieux. La preuve avec ce moulin-à-vent, encore un peu fermé au nez. Les plus patients l'oublieront quelques années en cave. Pour les autres, un carafage aidera à dévoiler son potentiel. Vu le prix, il faut foncer.

- **Château de Rouillac, Le Baron de Rouillac, pessac-léognan 2019**
13 euros
Entrepreneur de talent, Laurent Cisneros a acheté le château de Rouillac en 2010. En famille, il a relancé cette propriété de 36 hectares. Ce Baron est plaisant à boire, équilibré, sans boisé ni alcool excessif. Bref, un pessac modèle.

- **Domaine Philippe et Sylvain Ravier, savoie apremont 2021**
6,20 euros
Nez parfumé et grillé, bouche vive, droite, parfaite pour réveiller les papilles avec du fromage ou des poissons en sauce. Portée par sa jeune génération, la Savoie est en effervescence.

MONOPRIX
(du 16 septembre au 2 octobre)

- **Champagne Thiénot**
30,90 euros
Cette marque de champagne connue des amateurs a su reprendre sa destinée en main. Elle doit cette renaissance à une famille qui connaît par cœur l'art du brut sans année. Une bulle apéritive gourmande et agréable en toutes circonstances.

- **Vignobles Lorgeril, Château de Ciffre, terroirs d'altitude, faugères 2019**
11,50 euros
La famille Lorgeril a contribué à la reconnaissance des terroirs du Languedoc. Au château de Ciffre, elle signe un faugères des plus aboutis, plaisant par le supplément de fraîcheur que lui confère son terroir d'altitude. Grand vin de plaisir.

- **Château de la Chaize, lieu-dit « La Chaize », brouilly 2020**
13,90 euros
Incontournable en Beaujolais, ce domaine réussit haut la main ce brouilly parcellaire, entre notes gourmandes de cerise, bouche ronde et tannins croquants. Un rouge frais.

GETTY IMAGES/ISTOCKPHOTO

LES CAVISTES

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7799063600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

CAVE DU CHÂTEAU

(du 20 septembre au 8 octobre)

• Domaine René Bouvier, Champ Salomon, marsannay 2019
33 euros
Bernard Bouvier est de ces quadras de Marsannay qui se sont fait un nom. Son domaine combine qualité et bonne diffusion. Véritable invitation à déguster, celui-ci séduit par ses notes de cassis presque fumées. La bouche dit qu'il a fait chaud mais reste équilibrée grâce à la vendange entière.

• Domaine de Vaccelli, Unu, ajaccio 2018
21 euros
Gérard Courrèges a pris la succession de son père à la tête du domaine. Ce rouge de sciaccarellu est envoûtant. Jolie couleur, beaucoup de délicatesse au nez et de légèreté en bouche. Un beau vin bio.

EATALY PARIS MARAIS

(du 14 septembre au 16 octobre)

• Borgogno, No Name, langhe 2017 (Italie)
29,18 euros
Cette DOC (équivalent italien de notre AOC) est l'antichambre des grands vins de Barolo et Barbaresco et le repaire de grands noms du Piémont qui y produisent des vins à prix abordables. Ce No Name réconforte par sa touche d'épices et de cacao noir. Le nouvel ami de la pizza.

• Poderi Marchesi Migliorati, montepulciano d'abruzzo 2020 (Italie)
9,84 euros
Que notre lecteur se rende un jour dans les Abruzzes pour y découvrir les magnifiques vignobles qu'ils abritent ! Finesse et souplesse sont au rendez-vous de ce joli 2020. Les notes boisées discrètes invitent à l'attendre encore un peu.

• Carranco, Villa Dei Baroni, etna bianco 2021 (Italie)
23,25 euros
Les éruptions de l'Etna ont recouvert les sols de Sicile d'un mélange de roches et de cendres. Sur ce terroir inhabituel et idéal pour la vigne, ce blanc a pris des accents minéraux en conservant un fruit généreux et solaire. Belle découverte.

LAVINIA

(du 5 septembre au 5 octobre)

• Domaine du Pas de l'Escalette, Les Petits Pas, coteaux-du-languedoc 2021
12,70 euros
Belle finesse en bouche, du fruité, de la fraîcheur et des tannins délicats. Tout ce que l'on cherche dans les vins du Languedoc est dans cet excellent rapport qualité-prix qui brille autant par son raffinement que par sa gourmandise.

• Domaine Bonnefond, Colline de Couzou, côte-rôtie 2020
39 euros
Un beau côte-rôtie est une priorité pour l'amateur et les références sont souvent prises d'assaut. On se pressera donc de s'emparer de ce 2020, modèle du genre par sa bouche charnue et son fruité mûr. Une syrah digeste et accessible.

• Domaine Les Vignes du Mayne, mâcon-villages 2019
19,90 euros
Pour un apéritif improvisé ou un poulet du dimanche, le chardonnay du Mâconnais trouve toujours sa place. Cette polyvalence en fait un vin incontournable, et celui-ci plaira par sa bouche épurée et énergique, sa fraîcheur et sa gourmandise.

NICOLAS

(du 7 septembre au 4 octobre)

• Famille Bougrier, L'Artiste, vin de France blanc 2021
7,15 euros
Les Bougrier possèdent trois domaines et couvrent presque toute la vallée de la Loire. Cette cuvée de négoce désaltère sans excès. Le sauvignon blanc, en provenance de Touraine et du Pays nantais, y est aromatique mais pas trop. Jolie étiquette.

• M. Chapoutier, crozes-hermitage blanc 2021
21,50 euros
Chapoutier est une référence mondiale. Ce crozes 2021 a le mérite d'être léger en alcool (12,5 degrés). Comme quoi les « petites années » ont du bon... 100 % marsanne, il a été élevé en cuve inox pour préserver la fraîcheur, ce qui n'empêche pas la rondeur. Bio, comme toujours.

• Jeff Carrel, Les Herbes hautes, corbières 2019
9,50 euros
Jeff Carrel est un vigneron connu pour sa forte personnalité. On la retrouve dans ce vin bio tranché qui assemble grenache, carignan et syrah. Le travail technique ne gomme pas le côté sudiste, entre note de feuilles d'olivier et garrigue.

NYSA

(du 9 au 25 septembre)

• Domaine Philippe Gilbert, 35 rangs, menetou-salon 2015
32,95 euros
Les nombreux amateurs de vins de la Loire connaissent bien ce vigneron talentueux et méticuleux qui donne un nouveau souffle aux appellations locales. Fruits et fleurs, palette aromatique large en bouche. Net et précis.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7799063600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

IDEALWINE
(du 6 au 27 septembre)

• Domaine du Pélican, arbois chardonnay 2019
29 euros
Cette référence est à l'image de la sélection du site Idealwine : pointue. Le domaine souvent cité dans nos sélections est rare dans le commerce. Une chance de retrouver son chardonnay gras et ample en bouche à un prix intéressant.

• Domaine Les Cailloux-André Brunel, Sommelongue, côtes-du-rhône 2020
12 euros
Ce domaine historique de châteauneuf-du-pape œuvre pour la reconnaissance des vins du sud de la vallée du Rhône. Rien d'étonnant de le voir proposer ce côtes-du-rhône épanoui et harmonieux. Bel ensemble.

• Château de Beaucastel, châteauneuf-du-pape 2007
120 euros
On ne présente pas cette propriété iconique de l'appellation papale, portée au sommet par la famille Perrin. Ce grand vin est une sorte de quintessence de la diversité de l'appellation et une chance pour l'amateur qui souhaite la découvrir. Bravo !

MILLÉSIMES
(du 14 septembre au 5 octobre)

• Château Pichon-Comtesse, Réserve de la comtesse, pauillac 2018
44,90 euros
Depuis son achat par Roederer en 2007, ce cru n'a cessé de monter en puissance. Légère dominante de cabernet sauvignon (53 %) pour ce vin qui se gardera quelques années. Du caractère, du fond, tout en restant avenant et fruité. Bien équilibré.

VINATIS
(jusqu'au 9 octobre)

• Carlo Revello & Figli, barolo 2015 (Italie)
23,50 euros
Sa finesse en bouche permet d'apprécier le glissant de ce vin frais et harmonieux. Un beau barolo, c'est souvent synonyme d'émotion dans le verre et dans l'assiette. On réserve celui-ci à la meilleure des cuisines et à quelques truffes.

• Château de Rochemorin, pessac-léognan rouge 2017
17,60 euros
Bouche puissante, finale fraîche, un joli pessac de belle finesse. Ce cru de l'écurie André Lurton est une valeur sûre de l'appellation depuis plusieurs décennies. Le profil du vin a évolué avec justesse vers plus de plaisir.

WINE AND CO
(jusqu'au 4 octobre)

• Champagne Louis Roederer, Collection 242
45,90 euros
Fruité jaune bien mûr, épices, complexité aromatique pour ce grand champagne tendu et élancé, à la bulle fine et de bonne persistance. Complet, comme souvent chez Roederer. Une cuvée brillante qui témoigne fièrement du haut niveau de cette maison.

• Château Thivin, Les Sept Vignes, côte-de-brouilly 2020
16,90 euros
Coup de cœur pour cette cuvée irrésistible, proposée par le meilleur domaine de l'appellation. Puissant fruité cerise, minéralité en bouche, un côte-de-brouilly bien dans son jus, droit et complet. À faire découvrir d'urgence, il en bluffera plus d'un.

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

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7799063600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7799063600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

KISS MY CHEF

kissmychef.com

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **48027**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

5 Septembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **15373**

Visualiser l'article

Foires aux Vins 2022, calendrier et bonnes affaires à faire

Si vous possédez une cave et que vous êtes amateurs de vins, cette période est bénie. Les Foires aux Vins sont la parfaite occasion de faire de bonnes affaires. Retrouvez ici le calendrier 2022 et les jolis flacons à y dénicher.

Le calendrier des Foires aux Vins 2022

Vinothèque de Bordeaux : du 25 août au 29 septembre

Casino : du 26 août au 11 septembre (supermarchés) ; du 6 au 18 septembre (enseignes de proximité) et du 30 août au 12 septembre (Géant Casino)

Wine and Co : du 30 août au 4 octobre

Comptoir des Millésimes : du 30 août au 6 octobre

Veepee : du 1 er au 25 septembre

CASTELNICOLAS2 - CISION 366368247

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Vin Malin : du 1 er au 30 septembre

Le Petit Ballon : du 2 septembre au 2 octobre

Vinatis : du 2 septembre au 9 octobre

E.Leclerc : dès le 5 septembre (en ligne) et à partir du 4 octobre en magasin

Vins & Millésimes : du 5 au 19 septembre

Vintage & Co : du 5 au 19 septembre

Plus de Bulles : du 5 au 19 septembre

1 Jour 1 Vin : du 5 au 25 septembre

Lavinia : du 5 septembre au 3 octobre

Cavissima : du 5 septembre au 3 octobre

Aldi : dès le 6 septembre

Grands Bourgognes : du 6 au 18 septembre

Petit Casino, Spar et Vival : du 6 au 18 septembre

Auchan : du 6 au 25 septembre (supermarchés) et du 27 septembre au 11 octobre (hypermarchés)

Intermarché : du 6 au 25 septembre

Idealwine : du 6 au 27 septembre

Lidl : dès le 7 septembre

Le Savour : du 7 au 25 septembre

La Vignery : du 7 septembre au 2 octobre

Nicolas : du 7 septembre au 4 octobre

La Grande Epicerie de Paris : du 7 septembre au 5 octobre

Nysa : du 9 au 25 septembre

CASTELNICOLAS2 - CISION 366368247

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Cora : du 13 septembre au 1 er octobre

Millésimes : du 14 septembre au 5 octobre

Eataly Paris Marais : du 14 septembre au 16 octobre

Les Grappes : du 15 septembre au 17 octobre

Monoprix : du 16 septembre au 2 octobre

Biocoop : du 19 septembre au 3 octobre

Franprix : du 19 septembre au 9 octobre

La Cave du Château : du 20 septembre au 8 octobre

Magasins U : du 27 septembre au 8 octobre

Carrefour : du 27 septembre au 9 octobre (Contact, Express et City) ; du 27 septembre au 10 octobre (hypermarchés) et du 6 au 23 octobre (Market)

Naturalia : du 1 er au 21 octobre

Coups de coeur et bonnes affaires

Chez 1Jour1Vin

CASTELNICOLAS2 - CISION 366368247
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Bordeaux Château Chasse-Spleen 2019 Moulis en Médoc 29,90 €

Elégant et racé, ce vin offre de beaux arômes de fruits rouges dans une belle longueur persistante. Très joli potentiel de garde.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Jura Domaine Berthet-Bondet 2014 Château-Chalon 46,90 €

Élevé sous voile 6 ans minimum, ce vin jaune est une référence de l'appellation. Ses notes de noix et de sous-bois s'accordent parfaitement à une bouche raffinée et d'un équilibre remarquable.

Chez Carrefour

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Beaujolais Domaine des Montillets, « Côte du Py Vieilles Vignes » Morgon 2021 6,95 €

Les fruits bien mûrs laissent paraître leurs délicats arômes au nez. La bouche, riche et pleine, chaleureuse, est adossée à des tanins fondus et soyeux, avec une très belle longueur.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Alsace Domaine Muré, Gewurztraminer vendanges tardives, Grand Cru Vorbour 2018 20,95 €

Depuis 12 générations, la famille Muré s'attache à produire de grands vins liquoreux comme ce Grand Cru. Le nez est très expressif, sur des notes florales et de fruits exotiques (mangue, fruit de la passion). En bouche, on trouve une belle acidité qui apporte de la fraîcheur et de l'équilibre.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sud-Ouest Domaine de Maurillac 2020 Monbazillac 6,95 €

Sous une belle robe dorée, on découvre un nez pur et complexe. L'exquise fraicheur en bouche exprime des saveurs de fruits à chair blanche avec des notes de coing et de poire, de cire. Le volume est long et équilibré.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Loire Antoine de La Farge, « Les Birettes » 2021 Ménetou-Salon 8,95 €

La robe d'or pâle dévoile des notes fraîches d'agrumes (citron, pamplemousse) et de fruits exotiques, tandis que la bouche est fine et élégante, avec une trame tendue, très salivante.

Chez Franprix

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Rhône Jean-Luc Colombo, Le Vent 2020 Côtes du Rhône 5,50 €

Bel équilibre de fraîcheur et de rondeur. Un bouquet épicé aux notes de framboises et de mûres est sublimé par une robe soutenue rouge grenat. La finale est gourmande avec des notes d'olives noires.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Beaujolais Domaine Dominique Piron, Brouilly 2019 7,95 €

Les arômes et les saveurs de fruits, de mûre et de cassis sont bien présents. Ce Brouilly est frais et élégant avec une belle rondeur en finale. En véritable ambassadeur, ce Beaujolais incarne toutes les qualités de sa région.

Chez Eataly Paris Marais

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Italie (Campanie) Fonzone 2020 Greco di Tufo DOGG 12,68 €

Par sa large palette aromatique aux notes d'agrumes, de fruits tropicaux et de fleurs blanches, son énergie vivifiante et sa texture satinée, il est le camarade rêvé d'un vitello tonnato ou de spaghetti alla carbonara.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Italie (Vénétie) Duca Fedele 2021 Valpolicella DOC 11,93 €

Sous la robe rubis étincelant se dissimule un bouquet subtilement framboisé avec une touche de poivre noir et de balsamique. Un vin pour accompagner un tartare de veau ou quelques tranches de Coppa finement coupées.

Chez Aldi

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Alsace Louis Weiss 2020 Gewurzstraminer Alsace AOC 5,89 €

Robe jaune paille aux légers reflets rose pâle. Le nez est intense et fruité ; les notes de litchi, d'ananas et de mangue dominent. La bouche est ronde, les saveurs fruitées séduisent par leur intensité et leur charme. Une belle fraîcheur qui équilibre une sensation très légèrement sucrée.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Languedoc-Roussillon Cosmic 2019 Chardonnay IGP Bio 4,99 €

Robe jaune paille aux nuances dorées. Le nez séduit par ses notes de fruits blancs mûrs, ses touches fumées et minérales délicates. La bouche est ronde, les saveurs fruitées se mêlent avec charme aux notes acidulées qui prolongent la persistance avec beaucoup d'équilibre.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Beaujolais Les Trois Neveux 2020 Régnié AOC 6,99 €

Avec sa belle robe sombre, la cuvée Les Trois Neveux 2020 exhale au nez des notes de fruits rouges et d'épices douces comme la vanille. En bouche, les arômes de bourgeons de cassis se marient harmonieusement, jusqu'à la finale qui laisse transparaître des tanins soyeux.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Languedoc Roussillon Les Granges du Bosc 2020 Saint-Chinian Roquebrun AOC 6,99 €

Les Granges du Bosc 2020 séduisent d'emblée par leur robe rubis aux reflets noirs. Le nez, intense, développe des arômes de fruits noirs, avec une pointe de cerises à l'eau de vie et de sous-bois.

Chez Auchan

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Côtes du Rhône La Fiole du Pape Châteauneuf du Pape 19,99 €

Le vin de cette drôle de fiole est un assemblage des cépages du sud, grenache, syrah, mourvèdre et cinsault, soigneusement sélectionnés et vinifiés séparément. Cette sélection rigoureuse donne un vin à la robe rubis profond et aux arômes de fruits mûrs, d'épices et d'herbes provençales.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Languedoc Roussillon Seul au monde 2020 Pic Saint-Loup 7,50 €

Très belle personnalité. Le nez est à la fois complexe et d'une grande finesse aux notes de fruits rouges et de garrigues. La bouche s'avère soyeuse avec des tanins fondus qui apportent une belle longueur.

CASTELNICOLAS2 - CISION 366368247

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Bordeaux Château Bellone 2020 Saint-Georges-Saint-Emilion 7,95 €

Ce vin est puissant, rond et généreux, aux notes de cassis et légèrement épicé. Avec une belle persistance aromatique, il sera à maturité après 5 ans de garde.

Chez Netto

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Bourgogne Domaine Maurice Lapalus et Fils, Bourgogne Aligoté 2021 AOP Bourgogne 6,75 €

Un Bourgogne Aligoté à très bon rapport qualité-prix, frais et fruité, idéal en Kir ou sur des crudités si difficiles à marier.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Bordeaux Château Valentin 2019 AOP Sainte-Croix-du-Mont 4,89 €

Les raisins issus de pourriture noble sont récoltés à la main. Jolis arômes de miel, d'abricot et de mangue. En bouche il est riche et élégant.

Chez Intermarché

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Sud-Ouest Cave de Gan Jurançon, Prestige 2018 AOP Jurançon 7,50 €

L'équilibre entre la douceur des sucres résiduels et la vivacité est la clé de la réussite d'un jurançon. Le vin fait preuve d'une concentration étonnante, tout en conservant de la délicatesse.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Rhône Domaine Laurent Brotte, Les Grands Muriers 2021, AOC Côtes du Rhône Villages Laudun, 6,20 €

Arômes d'abricots, touches de mangue et de rose, notes briochées. L'attaque est fraîche avec une harmonieuse rondeur. La finale est longue avec des notes de citron et de pêche de vigne.

Chez E.Leclerc

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Loire Domaine du Grand Cerf 2021 AOC Touraine Sauvignon 3,90 €

Un nez très agréable dévoile progressivement des notes de fruits exotiques qui explosent de fraîcheur. De légères notes d'agrumes se révèlent après une attaque franche et souple qui se prolonge sur une finale minérale.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Corse Domaine Petroni 2020 8,95 €

Alliance de niellucciu, de sciaccarellu et de syrah, il possède une robe rubis clair teintée de jolis reflets violets. Au nez, il offre des arômes de fruits rouges (fraises, cassis, framboises), un coté légèrement épicé et quelques notes minérales. En bouche, l'attaque est souple avec des notes de fruits rouges et un côté torréfié. La fin de bouche, ronde avec des tanins soyeux, présente une bonne longueur.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sud-Ouest Clos Triguedina, La Part des Biches 2019 Cahors 5,15 €

Si les volumes produits ont été assez faibles en 2020, les vins offrent néanmoins un très bel équilibre, une jolie richesse de fruits mais sans excès. Ils sont, dans la grande majorité, bien structurés et possèdent un potentiel de garde intéressant.

Chez Nicolas

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Languedoc Château Paul Mas, Clos des Mûres 2020 autour de 13 €

Clos des Mûres AOP Languedoc cuvée emblématique de la propriété est composée de 85% Syrah, 1% Grenache Noir et 5% Mouvèdre. La Syrah s'y exprime magnifiquement, donnant un vin complexe, aux arômes de cassis, violette et mûres évoluant vers des notes de cacao et d'épices douces.

Chez Cavissima

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Bourgogne Domaine William Fèvre 2018 Chablis 18,90 €

Ce Chablis révèle un nez de fleurs blanches et de fruits. La bouche est fraîche et souple avec une belle minéralité si typique du chablisien. Finesse et gourmandise se mêlent à la perfection !

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Bordeaux Château Peyrabon 2018 Haut-Médoc 14,20 €

Le Château Peyrabon offre ici un vin puissant à la fois riche et tannique. On apprécie les arômes de petits fruits noirs, la fraîcheur en fin de bouche et la trame tannique qui apporte de la structure à la cuvée. Le domaine fait preuve d'une régularité incroyable et rend son Cru Bourgeois accessible à tous.

A La Grande Epicerie de Paris

CASTELNICOLAS2 - CISION 366368247

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Loire Vignoble Clément et Florian Berthier 2021 AOC Coteaux-du-Giennois 9,90 €

Ce Coteaux du Giennois blanc s'ouvre sur un nez typé associant fleurs blanches, agrumes et fruits exotiques. En bouche, l'attaque est souple et tendre, prolongée par une vivacité rafraîchissante qui équilibre la sensation de douceur.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Vallée du Rhône Domaine Jolivet, La Cuvée de Louis 2020 Vin de France 11,50 €

Superbe syrah, fraîche et fruitée, au très bel équilibre d'épices, de soyeux et de croquant. Un joli rhodanien Bio.

Chez Millésimes

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Bordeaux Château Pédesclaux 2016 AOP Pauillac 44,90 €

Le vin propose une robe grenat-pourpre intense et un nez évoquant le cassis, les mûres rouges et noires écrasées, les épices, le cuir neuf, et les pierres concassées. La bouche est élégante, fraîche et vive avec beaucoup de nuances minérales et une belle finale texturée.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Languedoc-Roussillou Domaine Mirmanda, Cuvée Cibelle 2020 Vin de France 13,90 €

Cibelle est produite à partir de grenache noir d'altitude, vinifié en grappes entières en macération courte pour extraire le croquant du fruit et une structure légère. La cuvée est complétée par une Syrah produite sur galets roulés et vinifiée en barriques pour apporter une complexité aromatique. Pour complexifier l'ensemble, une touche de cépage blanc. Le Viognier, propose son charme fruité d'abricot, de pêche et de notes florales qui rendent cette cuvée unique. La bouche est tendre, gourmande, gorgée de fruits et dotée de tanins soyeux.

Chez Systeme U

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Savoie Domaine Philippe et Sylvain Ravier 2021 AOP Savoie Apremont 6,20 €

La cuvée présente une robe jaune pâle, aux reflets nacrés. Des notes fleuries et d'agrumes accompagnent une bouche précise, à la fraîcheur citronnée et minérale.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sud-Ouest Domaine de l'Herré, Cuvée Diamant de l'Herré 2021 4,90 €

La robe or clair est très brillante. Le nez est intense et riche en arômes : ananas, mangue, poire et coing. La bouche présente un excellent équilibre, de la douceur, des notes d'ananas et d'abricots secs.

Chez Le Savour

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Vallée du Rhône Domaine Les Ondines, Cuvée M 2016 Bio Vin de France 13,90 €

Un 100% mourvèdre, puissant et charnu. Des tanins qui se sont assagis avec le temps. Des arômes d'épices et quelques notes de cassis. Une belle persistance.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Languedoc Domaine Montrose, Carignan Blanc Rare 2020 6,90 €

Un vin floral, fruité et frais avec une bonne minéralité, issu d'une parcelle de vieilles vignes âgée de 70 ans et plantée près de la mer.

Chez Naturalia

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Loire Fabrice Gasnier, Les Pierres Chaudes 2021 AOP Chinon 7,40 €

Bouche tendue et gourmande avec une belle matière teintée de minéralité, puissant pour vos viandes.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sud-Ouest François Lurton, Les Fumées Blanches (vin orange) 2021 11,65 €

Un vin complexe et équilibré. Arômes d'agrumes, de fruits, de miel et d'épice. Une bouche ample, riche et fraîche avec une belle minéralité sur le calcaire. Original, avec une légère amertume en fin de bouche, qui prolonge le plaisir.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Vallée du Rhône Les Grandes Serres, Urban Series 2021 AOP Lirac 11,95 €

Un vin original, avec des fruits mûrs à chair blanche, du kaki, du poivre blanc et de la minéralité. Une bouche tendue et minérale comme on les aime, avec de la poire et une note de miel. Une finale longue et minérale.

Chez Casino

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Champagne Maison Gosset 26,95 €

Sa maturation sur lies, en caves pendant 3 ans, lui apporte une texture crémeuse, une grande longueur en bouche et des bulles très fines. Le nez s'ouvre sur des notes de vanille et de poire avec une pointe d'amande. On perçoit la qualité d'un très bel élevage. En bouche, la vivacité offre de la fraîcheur et une gourmande tension en finale.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sud-Ouest Corinne Mauro, Biodynamie AOP Côtes-de-Duras 9,95 €

Ce Côte-de-Duras est le fruit d'un assemblage subtil de sauvignon blanc et gris qui offre un vin délicat, aux larges notes subtiles d'agrumes. L'attaque est fraîche avec des arômes d'agrumes.

Visuel de couverture © Klara Kulikova

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

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Femme Actuelle

www.femmeactuelle.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **11113483**
Sujet du média : **Lifestyle, Mode-Beauté-Bien être, Tourisme-Gastronomie**

6 Septembre 2022
Journalistes : **Emie Berdah**
Nombre de mots : **3817**

Visualiser l'article

Foire aux vins 2022 : les meilleures bouteilles à moins de 8 €

video : https://www.femmeactuelle.fr/vie-pratique/foire-aux-vins-2022-les-meilleures-bouteilles-a-moins-de-8-2140881

Comme chaque année, l'automne signe le retour des foires au vin dans les supermarchés et grandes enseignes. Une période idéale pour faire de bonnes affaires et découvrir de nouvelles marques de vins. On vous partage les bons plans de cet évènement : voici les meilleures bouteilles à moins de 8 €.

Restez informée

Foire aux vins

Septembre rythme souvent avec rentrée mais pas que ! C'est également la période des foires à vin. Avec le contexte économique actuel, l **es grandes surfaces** se sont préparées pour vous proposer **les meilleurs produits à des super prix** .

Géant Casino : des offres attrayantes à bas prix

Du 30 août au 12 septembre 2022 , l'enseigne **Géant Casino** vous propose de découvrir sa sélection de vin. Au menu, plus de **500 références de vin** , des journées privilèges avec des nouveautés et surtout des exclusivités. Lors des journées privilèges, vous pourrez bénéficier d'une réduction allant **jusqu'à -30 % en bon d'achat sur les vins et champagnes** . De très belles offres sont proposées comme **la troisième bouteille à 0 euro** de Crozes-Hermitage rouge Le Pré aux Grive ou 2 **bouteilles à 0 euro pour l'achat de 6 bouteilles** AOP Côtes-du-Rhône 2020.

Netto : maxi promos pour une maxi sélection

Les experts **Netto** vous conseillent une sélection de vins du **1er au 19 septembre 2022** . Au programme, des conseillers qui vous feront découvrir de nombreuses références et qui vous aideront à comparer les robes pour un maxi plaisir. Tout cela à des prix mini : **2,96 euros** la bouteille de Rosé Bleu de mer IGP Pays D'Oc, **6,89 euros** le magnum de bordeaux rouge le Canton de curé Château Gabaron ou encore **4,89 euros** la bouteille AOP Sainte-Croix du Mont Blanc moelleux.

Aldi : le choix malin

Chez **Aldi** , **à partir du 6 septembre 2022 et jusqu'à épuisement des stocks** , vous retrouverez une large gamme de produits de qualité et à petits prix. Si vous êtes amateurs de vins frais et intenses en bouche, ce blanc sec signé Cosmic Chardonnay IGP Bio de 2019 sera parfait pour vous ! Vous n'aurez qu'à débourser la somme de **4,99 euros** .

Intermarché : du vin pour tous les goûts

Intermarché met cette année en avant 17 régions avec 1 650 références au compteur. **Du 6 au 25 septembre 2022** ,

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

retrouvez une large palette d'appellations, de cuvées et de crus qui satisferont aussi bien les amateurs que les novices. Entre le Crémant d'Alsace Brut à **5,10 euros** , le Méditerranée vin rouge à **2,63 euros** ou le vin rosé île de Beauté 2021 Domaine Alzitella à **5,49 euros** , vous ne saurez plus où donner de la tête.

Lidl : des bons plans attrayants

À partir du **7 septembre 2022 et jusqu'à écoulement des stocks** , **Lidl** vous propose des petites pépites régionales. Une occasion de faire le plein pour vos occasions à venir ! Vous trouverez un vin rouge issu du Domaine de la Croix de Montmerond à **4,29 euros** la bouteille ou encore un vin blanc tout droit venu de La Clape La Commanderie de Fleury à **4,99 euros** .

Nicolas : un large choix de vins de qualité à petits prix

Nicolas , le réseau de caviste créé en 1822, joue l'accessibilité. Vous retrouverez, du **7 septembre au 4 octobre 2022** , un large choix de vins à petits prix. En effet, le prix plancher est de **4,45 euros** . Le prix plafond est, quant à lui, de **44,80 euros** . Nicolas a fait le pari de proposer à ses clients un catalogue de références **à moins de 10 euros la bouteille** . Un pari réussi car vous pourrez trouver du vin bordeaux Baron de Lestac à **3,95 euros** la bouteille ou encore du Merlot de Novi à **5,65 euros** la bouteille.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

emmanueldelmas

www.sommelier-vins.com

Famille du média : **Blogs**
Audience : **45100**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

6 Septembre 2022
Journalistes : **Emmanuel Delmas**
Nombre de mots : **6077**

Visualiser l'article

Foire aux Vins: quelle est la meilleure?

Foire aux Vins: quelle est la meilleure ? Ou la moins pire, selon où on se place. Auchan? Leclerc? Intermarché, Monoprix?

Quelle est la meilleure Foire aux Vins? Voici la réponse...!

Vous aimez le vin mais n'y connaissez rien. C'est souvent un souci pour vous de choisir vos vins. Et quand les Foires aux Vins approchent, le problème ne s'atténue pas. Une question peut trotter dans votre tête: quelle est la meilleure Foire aux Vins?

Quelle enseigne sort vraiment du lot? Cet article va vous apporter ma réponse, et je vous explique pour quelles raisons j'estime que cette enseigne va plus loin, et propose une sélection plus pointue. Et cela, depuis plusieurs années déjà.

Foire aux vins: quelle est la meilleure?

Ou si j'étais un peu plus provocateur, quelle enseigne propose la moins pire Foire aux Vins?

Vous le savez, je traite les Foires aux Vins depuis 2005 sur le Blog. Je délivre un panel important de conseils et je vous aide à trouver les meilleures solutions pour ne plus reproduire les erreurs.

Je vous dévoile également mes meilleures astuces pour vous permettre de trouver des vins corrects au prix les plus justes.

Et pour chaque enseigne, je vous donne les (trop) rares vins que j'estime dignes d'intérêt.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

La meilleure Foire aux Vins est...

Leclerc, Auchan, Carrefour, Intermarché sont les mastodontes des Foires aux Vins, en France. Mais force est de constater que leurs sélections restent certes très dense, mais sans prises de risques. Souvent, on y retrouve beaucoup de références similaires.

Depuis dix ans, chacune s'est avancée sur une sélection un peu plus bio. Mais chacune de ces enseignes restent somme toute, très semblables, et aucune parvient à se détacher.

Comme depuis 10 ans maintenant, les Foires aux Vins Monoprix se démarquent et sont la meilleure foire aux vins

Foire aux Vins: la meilleure est Monoprix!

Or, une enseigne se détache très nettement, de mon point de vue. Et pas depuis cette année. Il y a déjà environ 10 ans, Monoprix commençait à révéler des vins de vignerons sérieux. Pendant les Foires aux Vins, l'accent était net. Mais désormais, même en dehors des Foires aux Vins, toute l'année, il est possible de trouver quelques jolies références de vignerons vraiment sérieux.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Je vous aide à devenir initié.e !

Devenir initié en vin, c'est possible ! Je vous aide à y parvenir. Rejoignez mes 12 000 abonnés et recevez un petit guide offert de 20 pages

En cochant la case *, vous acceptez que le site envoie chaque semaine une newsletter. Conformément à la loi « RGPD », et à notre politique de confidentialité , vous pouvez exercer votre droit d'accès aux données vous concernant et les faire rectifier en contactant : emmanueldelmas@gmail.com*

Et clairement, les Foires aux Vins Monoprix sortent du lot, grâce à une sélection pertinente, assez dense, de domaines vraiment sérieux, qui ont toute leur place chez des cavistes.

Il ne serait pas ridicule d'écrire que Monoprix est peut-être l'enseigne qui se la joue caviste!

Monoprix, enseigne urbaine et (presque) Premium

Avouons cependant que Monoprix est surtout implantée dans les villes, souvent grandes, dans les centres urbains. Elle propose des produits assez Premium, notamment sur les salades et autres repas à emporter du déjeuner.

On y trouve des Tarama premium, des fromages à la découpe, charcuteries, et donc une sélection de vins plutôt pertinente, qui n'a plus grand chose à voir avec les grandes enseignes.

Son segment plus Premium lui permet de proposer des vins plus chers, et donc d'avoir accès à des propriétés capables de se laisser séduire par ses consommateurs, urbains, et plus curieux.

Mais le revers de la médaille est bien là: les prix sont plus élevés, et même si ils restent vraiment ajustés, souvent au niveau du prix au domaine, ils sortent du ticket moyen habituel recensé ailleurs.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Foire aux Vins: quelle est la meilleure? (vidéo)

La Foire aux Vins Monoprix est la meilleure, la plus pointue, mais à un niveau de prix qui le lui permet. En prenant ce segment, elle a réussi cette prouesse. On y trouve quelques jolis vins, et quand vos cavistes sont fermés, par exemple un Lundi, il est possible d'y trouver son plaisir.

Monoprix ne remplace pas le bon caviste indépendant, mais il a déjà une sélection qui fait de l'ombre aux Caves Nicolas, ça c'est une certitude. Et c'est déjà un premier pas.

Si les Foires aux Vins chez les grandes enseignes sont souvent ennuyeuses (*sauf pour quelques magasins spécialisés comme à Quimper, ou Roncq pour Auchan ou Leclerc, par exemple...*), Monoprix propose bien la meilleure Foire aux Vins ! Et c'est simplement juste de se l'avouer.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LE FIGARO.fr vin

avis-vin.lefigaro.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **162800**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

7 Septembre 2022
Journalistes : **Valérie Faust**
Nombre de mots : **1088**

Visualiser l'article

Foire aux vins Nicolas : le juste prix pour les clients et les vignerons

Ici, l'amateur va pouvoir bénéficier d'une reprise moyenne de 20 %, avec non moins de la moitié de l'offre engagée dans une démarche durable.

Pour la foire aux vins 2022, **Nicolas** privilégie le juste prix pour les clients et les vignerons SDP

«*La foire aux vins s'articule autour de l'accessibilité, la découverte et les belles appellations*», précise Jérôme Poiret, Directeur Pôle Produit. Les oenologues Nicolas ont dégusté 1 200 échantillons provenant de 400 partenaires. Environ 50 % ont été retenus en fonction de plusieurs critères, celui de la dégustation primant sur les autres. «*La qualité sans concession et au juste prix tant pour les clients que pour les vignerons*», argue-t-il. La moitié de l'offre est engagée dans une démarche durable et responsable. «*Nous avons eu de fortes demandes en vins «nature» par le passé, mais cela semble s'atténuer. À pondérer du fait que nous proposons désormais des vins sans soufre ajouté toute l'année*». Une remise de 20 % en moyenne sera appliquée pendant la foire aux vins.

60 références de 4,45 € à 44,80 €.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

NICOLAS *jusqu'au 4 octobre 2022*

Région - Appellation	Type - Couleur	Domaine, Cuvée	Année	Prix foires aux vins	Spéc.	Note sur 100
Bourgogne - Mâcon	Rouge	Labouré-Roi	2020	8,30 €	Conventionnel	88
Languedoc - Coteaux du Languedoc	Rouge	Ch. Paul Mas, Clos des Mûres	2020	10,30 €	Végan	90
Languedoc - Corbières	Rouge	Les Herbes Hautes by Jeff Carrel	2019	9,50 €	Biologique	90
Languedoc - IGP Pays d'Oc	Rouge	Fils de Poule ! Syrah & Cabernet	2020	6,55 €	Conventionnel	89
Rhône - Ventoux	Rouge	Ogier, Les Berceaux	2020	7,50 €	Conventionnel	89
Rhône - Côtes du Rhône Villages	Rouge	Pierre Vidal, Sans l'Ombre du Soufre (bio)	2021	8,80 €	Biodynamie	90
Bordeaux - Bordeaux Supérieur	Rouge	Ch. du Lort	2019	7,95 €	Terra Vitis	88
Vin de France	Blanc sec	Famille Bougrier, L'Artiste	2021	5,70 €	Conventionnel	89
Roussillon - Côtes Catalanes	Blanc sec	Dom Brial, Empreinte Nocturne	2021	7,40 €	Conventionnel	88
Sud-Ouest - Saint Mont	Blanc sec	Plaimont, Les Cépages Préservés	2020	7 €	Conventionnel	89

Rouge - Moelleux - Blanc de Blancs - Blanc liquoreux - Effervescent - Blanc sec - Orange - Rosé effervescent - Conventionnel - Biologique - Biodynamique - Végan - Haute valeur environnementale - Terra Vitis - Conversion bio - Ch. : Château - Dom. : Domaine - PC : Premier cru - GC : Grand cru - GCC : Grand cru classé - EB : Extra brut - Spéc. : Spécification

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LA MONTAGNE

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **514000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **07 septembre 2022 P.2-3**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **1156**

La formule a été lancée il y a près de cinquante ans

Tous les vins du monde se retrouvent à la foire

CHOIX. L'incroyable choix proposé est apprécié en premier... mais peut aussi être un inconvénient !
PHOTO FRED MAROLET

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4654263600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Puy-de-Dôme

Depuis 1973, les foires dédiées constituent l'événement le plus attendu par la communauté du vin, représentant 20 % des ventes annuelles. La formule, qui fêtera ses 50 ans l'an prochain, attire les foules dans les rayons de (presque) toutes les grandes surfaces.

Arnaud Vernet
arnaud.vernet@centrefrance.com

Jusqu'en 1973, c'était l'âge sombre où la France vivait sans foires aux vins. À cette époque obscure, le marché ne connaissait qu'un pic, lors de la période de Noël, avant de retomber sur un plateau relativement régulier. Mais depuis, tout a changé : en septembre et octobre, les amateurs déferlent sur les foires aux vins des grandes surfaces pour s'arracher 165 millions de litres ! Autant dire qu'à l'automne 1973 Édouard Leclerc a eu une inspiration de génie en souhaitant donner à la France l'occasion d'aller un peu plus loin que le traditionnel litre étoilé qui faisait beaucoup pour l'alcoolisme et peu pour le goût.

Depuis 1973, une idée de génie lancée par Édouard Leclerc

Il souhaitait évidemment faire également une bonne opération commerciale. L'histoire lui a donné raison. Aujourd'hui, les deux tiers des Français fréquentent les foires aux vins et chaque année, les grandes surfaces y réalisent 20 % de leurs ventes de vins avec un chiffre d'affaires avoisinant les 400 millions d'euros. Le créateur de la formule se taille, avec Carrefour, la part du lion : plus de 100 millions d'euros chacun l'an dernier.

Bien évidemment, à Clermont, Leclerc ne renoncerait pour rien au monde à cette énorme part du gâteau. Mais surprise, le plus grand hypermarché local de la marque (à La Pardieu)... n'organise jamais de foire aux vins ! Rodrigue Serman, directeur de l'autre Leclerc, celui du Brézet, explique ce mystère : « C'est un accord entre les deux sites que nous respectons chaque année : à Clermont, la foire aux vins est concentrée sur Le Brézet. La Pardieu organise pour sa part sa foire à la bière. »

Bonnes affaires ?

En revanche, la foire aux vins du Leclerc du Brézet est énorme : « Notre rayon vins quadruple de surface et nos cavistes, qui sont tous professionnels, sont tous mobilisés. Le premier jour, le lundi 26 septembre cette année, nous invitons personnellement nos clients fidèles pour qu'ils soient servis en premier, car nous avons énormément de références, mais souvent en quantité limitée (Les autres clients ont bien évidemment eux aussi accès aux rayons). Il y aura aussi de nombreux viticulteurs qui feront des dégustations. Et il y en aura encore, mais un peu moins, tous les autres jours jusqu'à la clôture, le samedi 8 octobre. »

Mais fait-on vraiment de si bonnes affaires sur ces foires aux vins auxquelles les détracteurs reprochent souvent de vendre des prix ? « Oui, il y a des coups à faire, surtout en fonction de ses goûts, un choix absolument unique », affirme Rodrigue Serman à qui nous rappelons un autre reproche souvent fait à la formule, celui de permettre d'écouler les stocks. Curieusement, il ne nie pas : « Ça n'est pas la fonction des foires aux vins, mais s'il nous reste des stocks de la foire précédente, nous les ressortons bien évidemment. » Avant d'ajouter : « Mais de toute façon, les vins se bonifient avec le temps. Le client n'y perd pas au change. »

La foire aux vins peut aussi

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4654263600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

avoir un effet d'image : l'ancien hard discounter Lidl propose depuis des années un choix apprécié des connaisseurs qui contribue à améliorer la notoriété de la marque.

Pour autant, beaucoup ne s'en laissent pas conter : « Ce n'est pas comme un salon qui est une sortie et où je vais parfois avec des amis. La foire aux vins s'inscrit plutôt dans mon quotidien », précise Jean-Louis, qui les fréquente depuis une vingtaine d'années. « Il y a pour moi un côté ludique et chacun a sa méthode. Personnellement, je vise les rayons les plus dégarnis, parce que les meilleures affaires partent en premier ! »

Pour lui, la foire aux vins reste plutôt un bon moment. Un petit plus quand on va faire ses courses au supermarché. « Mais bien sûr, il ne faut surtout pas être naïf. On n'est pas sûr de faire une vraie bonne affaire et il faut se souvenir que des vins pas cher, on en trouve toute l'année. »

D'autres, en revanche, prétendent multiplier les « coups de fusil », comme Christophe qui analyse les catalogues et fait au moins quatre foires par an. Il affirme connaître les vendeurs, beaucoup de vignerons et surtout, accumuler des affaires incroyables (Nous n'avons pas vérifié). « Mais après la très mauvaise récolte de l'an dernier, ça sera peut-être moins bien. »

Pourtant, la formule, évidemment, n'a pas que des partisans et la plupart des cavistes et certains œnologues restent très réservés *(lire ci-dessous)*.

Pour notre part, nous vous laissons vous faire votre idée. Rien ne vaut l'expérience ! ■

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

CHACUN SON THÈME

Toutes les grandes enseignes organisent chaque année, entre fin août et fin octobre, leur foire aux vins. D'où la nécessité de se différencier. Ainsi, chacune annonce désormais un thème. Nous en avons fait la liste pour cette année. (Dates pour les hypermarchés)

- **Leclerc.** Du 26 septembre au 8 octobre. Les jeunes vignerons de moins de 35 ans et les vins de France.
- **Carrefour.** Du 27 septembre au 10 octobre. Les circuits courts et 500 vins biologiques, naturels ou vegan.
- **Auchan.** Du 27 septembre au 11 octobre. Auchan ose le vin en canette et le cubi 2 vins et 2 robinets.
- **Lidl.** À partir du 7 septembre, jusqu'à épuisement. Choix de grands producteurs, vins certifiés HVE et vin orange (*).
- **Monoprix.** Du 16 septembre au 2 octobre. Les vins prêts à boire, bio et les petits vignobles méconnus.
- **Casino.** Du 26 août au 11 septembre. Mise en avant de vins de vigneronnes et de la naturalité.
- **Intermarché.** Du 6 septembre au 25 septembre. Les vins régionaux. 1.600 références et 390 appellations.
- **Système U.** Du 27 septembre au 8 octobre. L'accent est mis sur les vins méditerranéens (Espagne, Algérie, Slovénie…)
- **Cora.** Du 13 septembre au 1er octobre. L'enseigne dédie sa foire aux petites bourses avec des bouteilles à moins de 5 €.
- **Nicolas.** Du 7 septembre au 4 octobre. Pour ses 200 ans, le caviste met le cap sur les nouveautés et les cépages rares.

(*) Le vin orange est un vin blanc vinifié comme du rouge, avec macération..

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Paris Normandie

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **450000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **07 septembre 2022 P.6**

Journalistes : **ANTHONY QUINDROIT**

Nombre de mots : **826**

NORMANDIE

L'ENTRETIEN ROUGE AUX LÈVRES

"À la base, le vin est un produit populaire"

Avec son peps et ses goûts éclectiques, Margot Ducancel dépoussière l'univers du vin et aime mettre en avant des pépites aux tarifs accessibles. Alors que les foires aux vins sont lancées, Rouge aux lèvres – son pseudo d'influenceuse sur Instagram et dans l'édition – nous livre ses conseils pour se faire plaisir – toujours avec modération – sans assassiner son compte en banque.

Propos recueillis par
ANTHONY QUINDROIT

Elle est tannique, Margot Ducancel. Pardon, tonique ! Sur son compte Instagram Rouge aux lèvres, elle parle vin avec simplicité et une passion communicative. La formule s'avère gagnante : sa communauté compte bientôt 39 000 membres, la plaçant en tête des « Influenceuses vin » en France, et sa petite structure se développe à fond les ballons (de rouge, bien sûr) : un « quartier général » Rouge aux lèvres va ouvrir à Paris, les événements pour les 450 membres de son club œnologique exclusivement féminin se multiplient et son diastème s'affirme même sur son premier livre Kit de survie du wine lover. Un sacré parcours pour cette Picarde qui n'y connaissait quasiment rien en Bordeaux et autres Rasteau avant d'être assignée par hasard et erreur au département « Grands crus » lors d'un stage dans une maison de vente aux enchères ! Cette heureuse confusion lui a fait découvrir un monde et un vocabulaire qu'elle ne maîtrisait pas et qu'elle a eu envie de partager et de rendre plus accessible.

« J'aime bien aller vers des découvertes, des appellations plus underground, plus confidentielles. D'autant que l'on trouve des prix hyper-compétitifs sur de belles choses »

Et, comme les foires aux vins s'affichent actuellement en 4 par 3, elle livre ses « tips », ses tuyaux, à *Paris-Normandie* pour s'y repérer sans être un expert en grande cuvée.

Comment se prépare-t-on avant de se rendre à une foire aux vins quand on est novice ?

Margot Ducancel : « Ce n'est pas toujours simple surtout qu'il y a de plus en plus d'enseignes, tant dans les circuits classiques que dans le e-commerce, et d'indépendants qui s'y mettent. Il faut d'abord savoir si l'on veut des vins que l'on va conserver, faire vieillir, ou du « prêt à boire », des bouteilles que l'on prend pour la consommation classique à l'année. Il faut aussi déterminer le budget

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 2554263600524

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Margot Ducancel, alias Rouge aux lèvres DR Veepee

que l'on veut mettre. Après, personnellement, je consulte la presse spécialisée et je fais mon shopping. J'aime bien aller vers des découvertes, des appellations plus underground, plus confidentielles.
D'autant que l'on trouve des prix hyper-compétitifs sur de belles choses. »

Vous le disiez, de plus en plus d'enseignes s'y mettent. Même les enseignes de hard discount. Qu'est-ce que cela vous inspire ?
« Je trouve ça très bien que des enseignes comme Lidl participent. C'est une belle évolution car, à la base, le vin est un produit populaire. On l'a tellement sacralisé qu'on le paye aujourd'hui : pour certains, c'est un univers poussiéreux, un monde d'initiés et d'entre-soi ; il y a dix ans, c'était encore un monde très fermé, très masculin. Il y a un travail de reconquête à faire. Alors, cela participe de ce regain de popularité. D'autant que l'on peut y trouver des pépites à 6 € ! Et les gens veulent se faire plaisir tout en cherchant des prix. »

DE BONS VINS SANS SE RUINER

Et, quand on est devant la bouteille, quelles questions poser ou se poser ?
« On se retrouve face à pléthore de bouteilles et on ne peut pas toujours déguster – ce qui est important car il faut suivre son goût – ou trouver quelqu'un pour poser des questions. Personnellement, je regarde l'appellation, j'essaie de me renseigner sur le millésime, dont la qualité varie selon les régions. Après, j'aime bien que le vin soit engagé Haute qualité environnementale, bio ou biodynamie… Je me dis qu'au moins le vigneron ou la maison de négoce font un minimum gaffe au produit. Après, je reviens au goût de chacun. Par exemple, j'aime la Syrah. Mais on peut trouver ce cépage dans d'autres bouteilles que des Côtes-Rôties ! Autant se renseigner avant sur les appellations. »

« Il faut d'abord savoir si l'on veut des vins que l'on va conserver, faire vieillir, ou du « prêt à boire », des bouteilles que l'on prend pour la consommation classique à l'année »

Quels sont vos coups de cœur pour cette foire aux vins ?
« Ce que j'aime, c'est que l'on peut trouver des belles choses de 4 à 10 €, des pépites à la cool. Ma sélection : l'EthicDrinks « Sous l'océan » Syrah 2020 sur Veepee, le Château Bernadotte Haut-Médoc – Cru Bourgeois Supérieur 2018 à Intermarché et le Chapoutier Crozes-Hermitage 2021 bio chez Nicolas. » ■

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

lamontagne.fr

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **1598970**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

7 Septembre 2022
Journalistes : **Arnaud Vernet**
Nombre de mots : **5930**

www.lamontagne.fr

Visualiser l'article

Tous les vins du monde dans les foires aux vins du Puy-de-Dôme

Les foires aux vins sont lancées. Elles se poursuivront jusqu'à fin octobre. photo Fred MARQUET 06/09/2022 © MARQUET Frédéric

Depuis 1973, les foires aux vins sont l'événement le plus attendu par la communauté du vin, représentant 20 % des ventes annuelles. La formule, qui fêtera ses 50 ans l'an prochain, va encore attirer les foules dans les rayons de (presque) toutes les grandes surfaces.

Jusqu'en 1973, c'était l'âge sombre où la France vivait sans foires aux vins ! À cette époque obscure, le marché du vin ne connaissait qu'un pic, lors de la période de Noël avant de retomber sur un plateau relativement régulier. Mais depuis, tout a changé : en septembre et octobre, les amateurs déferlent sur les foires aux vins des grandes surfaces pour s'arracher 165 millions de litres ! Autant dire qu'à l'automne 1973, Édouard Leclerc a eu une inspiration de génie en souhaitant donner à la France l'occasion d'aller un peu plus loin que le traditionnel litre étoilé qui faisait beaucoup pour l'alcoolisme, et peu pour le goût.

Il souhaitait évidemment faire également une bonne opération commerciale, et l'histoire lui a donné raison. Aujourd'hui, les deux tiers des Français fréquentent les foires aux vins et, chaque année, les grandes surfaces y réalisent 20 % de leurs ventes de vins avec un chiffre d'affaires avoisinant les 400 millions d'euros. Et le créateur de la formule se taille, avec Carrefour, la part du lion : plus de 100 millions d'euros chacun l'an dernier !

Et bien évidemment, à Clermont, Leclerc ne renoncerait pour rien au monde à cette énorme part du gâteau. Mais surprise, le

00zqa4or20uHcin75ttK3m4l0ArrznhXD2YiWU9K2hICdOJmUE-9hBCAW7pooBF_m6tlFTYW4dPrflh44LzwA6O95ZHBfdU67E9ORiORsLxUMjNI

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

plus grand hypermarché local de la marque... n'organise jamais de foire aux vins ! Rodrigue Serman, directeur de l'autre Leclerc, celui du Brezet, nous a expliqué ce mystère : " C'est un accord entre les deux sites, que nous respectons chaque année : à Clermont, la foire aux vins est concentrée sur Le Brezet. La Pardieu organise pour sa part sa foire à la bière.En revanche, la foire aux vins du Leclerc du Brezet est énorme : " Notre rayon vins quadruple de surface et tous nos cavistes, qui sont tous professionnels, sont mobilisés. Le premier jour, le lundi 26 septembre cette année, nous invitons personnellement nos clients fidèles pour qu'ils soient servis en premier, car nous avons énormément de références, mais souvent en quantité limitée (Les autres clients ont bien évidemment eux aussi accès au rayon). Il y aura aussi de nombreux viticulteurs qui feront des dégustations. Et il y en aura encore, mais un peu moins, tous les autres jours jusqu'à la clôture le samedi 8 octobre.

Mais fait-on vraiment de si bonnes affaires sur ces foires aux vins auxquelles les détracteurs reprochent souvent de vendre des prix ? " Oui, il y a des coups à faire et surtout, en fonction de ses goûts, un choix absolument unique, nous affirme Rodrigue Serman à qui nous rappelons un autre reproche souvent fait à la formule, celui de permettre d'écouler les stocks. Curieusement, il ne nie pas : " Ça n'est pas la fonction des foires aux vins, mais s'il nous reste des stocks de la foire précédente, nous les ressortons bien évidemment. Avant d'ajouter : " Mais de toute façon, les vins se bonifient avec le temps. Le client n'y perd pas au change !

Les meilleurs côtes d'Auvergne

Pour autant, beaucoup de clients ne s'en laissent pas conter : " Ce n'est pas comme un salon qui est une sortie et où je vais parfois avec des amis. La foire aux vins s'inscrit plutôt dans mon quotidien, précise Jean-Louis qui les fréquente quand même depuis une vingtaine d'années. " Il y a pour moi un côté ludique et chacun a sa méthode. Personnellement, je vise les rayons les plus dégarnis, parce que les meilleures affaires partent en premier !

Pour lui, la foire aux vins reste plutôt un bon moment. Un petit plus quand on va faire ses courses au supermarché. " Mais bien sûr, il ne faut surtout pas être naïf. On n'est pas sûr de faire une vraie bonne affaire, et se souvenir que des vins pas chers, on en trouve toute l'année !D'autres en revanche prétendent multiplier les " coups de fusil comme Christophe qui analyse les catalogues et fait au moins quatre foires par an ! Il affirme connaître les vendeurs, beaucoup de vignerons, et surtout, accumuler des affaires incroyables (nous n'avons pas vérifié). " Mais après la très mauvaise récolte de l'an dernier, ça sera peut être moins bien.Pourtant, la formule, évidemment, n'a pas que des partisans, et la plupart des cavistes et certains oenologues restent très réservés. Pour notre part, nous vous laissons vous faire votre idée. Rien ne vaut l'expérience !

Toutes les grandes enseignes organisent chaque année, entre fin août et fin octobre, leur foire aux vins. D'où la nécessité de se différencier. Ainsi chacune annonce désormais un thème. Nous en avons fait la liste pour cette année.• Leclerc. Les jeunes vignerons de moins de 35 ans et les vins de France.• Carrefour. Les circuits courts et 500 vins biologiques, naturels ou vegan.• Auchan. Auchan ose le vin en canette et le cubi 2 vins et 2 robinets !• Lidl. Choix de grands producteurs, vins certifiés HVE et vin orange (*)• Monoprix. Les vins prêts à boire, bio, et les petits vignobles méconnus.• Casino. Mise en avant de vins de vigneronnes, et de la naturalité.• Intermarché. Les vins régionaux. 1.600 références et 390 appellations.• Système U. L'accent est mis sur les vins méditerranéens (France, Espagne, Algérie, Slovénie...).• Cora dédie sa foire aux petites bourses avec des bouteilles à moins de 5 €.• Nicolas. Pour ses 200 ans, cap sur les nouveautés et les cépages rares.(*) Le vin orange est un vin blanc vinifié comme du rouge, avec macération.

00zqa4or20uHcin75ttK3m4l0ArrznhXD2YiWU9K2hlCdOJmUE-9hBCAW7pooBF_m6tlFTYW4dPrflh44LzwA6O95ZHBfdU67E9ORiORsLxUMjNI

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Aujourd'hui en France

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **2400000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **08 septembre 2022 P.7-8**

Journalistes : **DAVID CHARPENTIER**

Nombre de mots : **784**

CONSOMMATION

Avec ces pépites, vous êtes sûr de ne pas vous tromper

FOIRE AUX VINS Le sommelier-expert Frédéric Sénéchal a choisi pour nous 20 bouteilles qui méritent le détour.

DAVID CHARPENTIER

EN 2021, le vignoble français a souffert. Pas de la sécheresse et de la canicule comme cette année, mais au contraire de gelées tardives, d'humidité et de fraîcheur estivales, ce qui a fortement réduit la production (- 19 % par rapport au millésime précédent). Et au moment de la mise en bouteille, la guerre en Ukraine et les surcoûts engendrés (verre, carton) sont venus tendre un peu plus la situation. C'est dans ce contexte morose que se tiennent les traditionnelles foires aux vins* de la rentrée, organisées par la grande distribution mais également dans certains réseaux de cavistes (Nicolas, Lavinia) et sur des sites de vente en ligne.

En parallèle à ces données climatiques et géopolitiques, le pouvoir d'achat des ménages s'est contracté en 2022, et toutes les enseignes l'ont bien compris. Chez Leclerc, inventeur du concept de foire aux vins en 1973, la moitié des vins proposés se situent dans une fourchette comprise entre 5 et 10 €. Pour le caviste Nicolas, 50 % de l'offre s'affiche à moins de 10 €. Parmi le millier de références proposées dans les hypermarchés Carrefour, l'enseigne en a sélectionné douze (en blanc, rosé et rouge) pour lesquels l'achat d'un carton de six bouteilles revient à 10 €, soit 1,66 € le flacon en appliquant l'offre quatre bouteilles achetées, deux offertes.

Les enseignes ont également dû gérer l'offre moins abondante et se rabattre sur des millésimes plus anciens ou des cuvées plus iconoclastes. Après un appel à candidatures, Leclerc a fini par sélectionner sept vignerons de moins de 35 ans à qui il a offert de vendre leurs vins dans les rayons. De son côté Carrefour a misé sur 163 vins médaillés.

Osez le vin de France !

Nous avons demandé à Frédéric Sénéchal du restaurant parisien le Bon Georges, de passer en revue les différents catalogues pour nous proposer sa sélection. Passé entre autres par le Trianon Palace avant de se poser dans le IXe arrondissement de la capitale, ce professionnel reconnu gère une équipe de sept sommeliers et un stock de plus de 5 000 bouteilles. Il s'est donc plongé dans l'offre des enseignes pour vous sélectionner 20 pépites au rapport qualité/prix imbattable.

D'abord une remarque d'ordre général : « Je suis agréablement surpris par la qualité de l'offre, qui reflète bien la diversité des terroirs. La grande distribution n'hésite pas à sortir des sentiers battus pour proposer une sélection bien dans l'air du temps avec par exemple un vin orange, des vins de France ou des étiquettes un peu funky. »

Dans le détail, notre sélectionneur d'un jour a opté pour des gammes de prix raison-

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

nables même s'il s'est autorisé quelques sorties de piste pour ce qu'il qualifie de « très bonnes affaires ». Son conseil : « Goûtez une bouteille et si elle vous plaît, retournez en acheter un carton. » Le sommelier pense notamment au domaine Jo Pithon, en appellation savennières, dans la Loire, pour 10,95 €. « Derrière cette cuvée, il y a un très grand monsieur. Vous ne serez pas déçus. » Idem pour Mas Olivier en faugères. À 3,95 € la bouteille, le rapport qualité/prix est imbattable.

Frédéric Sénéchal avoue un petit faible pour des appellations en retrait comme l'AOP ventoux ou le Côte du Py en morgon. Il est aussi séduit par les offres en vin de France (VDF) lors des foires aux vins. « À ne pas confondre avec le vin de table, prévient tout de suite celui qui propose beaucoup de VDF à sa carte. Ces vins sont sortis des appellations parce qu'un cépage n'entre pas par exemple dans le cahier des charges. Ce qui n'enlève rien au plaisir de les boire. » Dans la droite ligne des bières artisanales et de leurs étiquettes iconoclastes, les VDF toilettent l'image parfois compassée du vin. Alors chassez les bonnes affaires !

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

Les prochains rendez-vous

NICOLAS : de ce jeudi 7 septembre au 4 octobre.
INTERMARCHÉ : jusqu'au 25 septembre.
CARREFOUR : du 27 septembre au 10 octobre (hyper) et du 6 au 23 octobre (Market).
AUCHAN : jusqu'au 25 septembre (supermarché) et du 27 septembre au 11 octobre (hyper).
LECLERC : à partir du 4 octobre.
LIDL : à partir de ce jeudi 7 septembre.

> **Goûtez une bouteille et si elle vous plaît, retournez en acheter un carton**
> FRÉDÉRIC SÉNÉCHAL, SOMMELIER AU BON GEORGES

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6449263600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Le Parisien

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **1388000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **08 septembre 2022 P.16**

Journalistes : **DAVID CHARPENTIER**

Nombre de mots : **940**

CONSOMMATION

Avec ces pépites, vous êtes sûr de ne pas vous tromper

FOIRE AUX VINS Le sommelier-expert Frédéric Sénéchal a choisi pour nous 20 bouteilles qui méritent le détour.

DAVID CHARPENTIER

EN 2021, le vignoble français a souffert. Pas de la sécheresse et de la canicule comme cette année, mais au contraire de gelées tardives, d'humidité et de fraîcheur estivales, ce qui a fortement réduit la production (-19 % par rapport au millésime précédent). Et au moment de la mise en bouteille, la guerre en Ukraine et les surcoûts engendrés (verre, carton) sont venus tendre un peu plus la situation. C'est dans ce contexte morose que se tiennent les traditionnelles foires aux vins* de la rentrée, organisées par la grande distribution mais également dans certains réseaux de cavistes (Nicolas, Lavinia) et sur des sites de vente en ligne.

En parallèle à ces données climatiques et géopolitiques, le pouvoir d'achat des ménages s'est contracté en 2022, et toutes les enseignes l'ont bien compris. Chez Leclerc, inventeur du concept de foire aux vins en 1973, la moitié des vins proposés se situent dans une fourchette comprise entre 5 et 10 €. Pour le caviste Nicolas, 50 % de l'offre s'affiche à moins de 10 €. Parmi le millier de références proposées dans les hypermarchés Carrefour, l'enseigne en a sélectionné douze (en blanc, rosé et rouge) pour lesquels l'achat d'un carton de six bouteilles revient à 10 €, soit 1,66 € le flacon en appliquant l'offre quatre bouteilles achetées, deux offertes.

Les enseignes ont également dû gérer l'offre moins abondante et se rabattre sur des millésimes plus anciens

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le Parisien

Avec ces pépites, vous êtes sûr de ne pas vous tromper

Edition : **08 septembre 2022 P.16**

La sélection de notre sommelier

● Rouge ● Blanc ● Orange

CARREFOUR (HYPER)		Verget Grand Élevage mâcon-villages	2018	14,95 €
		Bad Boy vin de France	2020	5,95 €
		Domaine des Montillets Côte du Py, Morgon	2021	6,95 €
		Antoine de la Farge les Birettes, menetou-salon	2021	8,95 €
		Rijckaert F. Rouve Haute Cuvée, saint-véran	2021	16,95 €
CARREFOUR (MARKET)		Xavier Vignon, rasteau	2016	10,95 €
		Petit Soutard saint-émilion grand cru	2016	17,95 €
		Mas Olivier grande réserve, faugères	2021	3,95 €
INTERMARCHÉ		Hudelot-Bajard, AOP hautes-côtes-de-nuits (bio)	2020	10,90 €
MONOPRIX		L'Esquisse Château de Suronde, anjou	2020	8,90 €
LIDL		Domaine de Beaurepaire, menetou-salon	2021	8,99 €
NICOLAS		L'Artiste Bougrier, vin de France	2021	5,70 €
		Ogier ventoux les Berceaux	2021	7,50 €
		Jeff Carrell les Herbes hautes, corbières	2019	11,90 €
LAVINIA		Domaine Pas de l'Escalette, les Petites Pas, languedoc	2021	12 €
		Domaine de l'Ancienne Mercerie, faugères	2016	9,90 €
		Domaine Gramenon, Poignée de raisins, côtes-du-rhône	2021	12,90 €
LECLERC		L'Un des sens, les Éclaireurs, vin de France	-	4,70 €
		Gros Manseng, Orange Wine for the Curious, vin de France	2021	8 €
		Domaine Jo Pithon, savennières	2021	10,95 €

LP/INFOGRAPHIE.

Les prochains rendez-vous

NICOLAS : de ce jeudi 7 septembre au 4 octobre.
INTERMARCHÉ : jusqu'au 25 septembre.
CARREFOUR : du 27 septembre au 10 octobre (hyper) et du 6 au 23 octobre (Market).
AUCHAN : jusqu'au 25 septembre (supermarché) et du 27 septembre au 11 octobre (hyper).
LECLERC : à partir du 4 octobre.
LIDL : à partir de ce jeudi 7 septembre.

ou des cuvées plus iconoclastes. Après un appel à candidatures, Leclerc a fini par sélectionner sept vignerons de moins de 35 ans à qui il a offert de vendre leurs vins dans les rayons. De son côté Carrefour a misé sur 163 vins médaillés.

> **Goûtez une bouteille et si elle vous plaît, retournez en acheter un carton**
> FRÉDÉRIC SÉNÉCHAL, SOMMELIER AU BON GEORGES

Osez le vin de France !

Nous avons demandé à Frédéric Sénéchal du restaurant parisien le Bon Georges, de passer en revue les différents catalogues pour nous proposer sa sélection. Passé entre autres par le Trianon Palace avant de se poser dans le IXe arrondissement de la capitale, ce professionnel reconnu gère une équipe de sept sommeliers et un stock de plus de 5 000 bouteilles. Il s'est donc plongé dans l'offre des enseignes pour vous sélectionner 20 pépites au rapport qualité/prix imbattable.

D'abord une remarque d'ordre général : « Je suis agréablement surpris par la qualité de l'offre, qui reflète bien la diversité des terroirs. La grande distribution n'hésite pas à sortir des sentiers battus pour proposer une sélection bien dans l'air du temps avec par exemple un vin orange, des vins de France ou des étiquettes un peu funky. »

Dans le détail, notre sélectionneur d'un jour a opté pour des gammes de prix raisonnables même s'il s'est autorisé quelques sorties de piste pour ce qu'il qualifie de « très bonnes affaires ». Son conseil : « Goûtez une bouteille et si elle vous plaît, retournez en acheter un carton. » Le sommelier pense notamment au domaine Jo Pithon, en appellation savennières, dans la Loire, pour 10,95 €. « Derrière cette cuvée, il y a un très grand monsieur. Vous ne serez pas déçus. » Idem pour Mas Olivier en faugères. À 3,95 € la bouteille, le rapport qualité/prix est imbattable.

Frédéric Sénéchal avoue un petit faible pour des appellations en retrait comme l'AOP ventoux ou le Côte du Py en morgon. Il est aussi séduit par les offres en vin de France (VDF) lors des foires aux vins. « À ne pas confondre avec le vin de table, prévient tout de suite celui qui propose beaucoup de VDF à sa carte. Ces vins sont sortis des appellations parce qu'un cépage n'entre pas par exemple dans le cahier des charges. Ce qui n'enlève rien au plaisir de les boire. » Dans la droite ligne des bières artisanales et de leurs étiquettes iconoclastes, les VDF toilettent l'image parfois compassée du vin. Alors chassez les bonnes affaires !

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

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6159263600503

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Le Point

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **1804000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Page non disponible

Edition : **08 septembre 2022 P.13-25**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **618**

Dates des foires aux vins 2022

GRANDE DISTRIBUTION

Leclerc
À partir du 4 octobre

Intermarché
Du 6 au 25 septembre

Carrefour Hyper
Du 27 septembre au 10 octobre

Carrefour Market
Du 6 au 23 octobre

Carrefour Proxi
Du 16 au 26 septembre

Casino
Du 26 août au 11 septembre

Système U
Du 27 septembre au 8 octobre

Monoprix
Du 16 septembre au 2 octobre

Aldi
À partir du 6 septembre

Auchan Hyper
Du 27 septembre au 11 octobre

Auchan Super
Du 6 au 25 septembre

Netto
Du 1er au 19 septembre

CAVISTES

Les Domaines qui montent
Du 8 au 30 septembre

La Vinothèque de Bordeaux
Du 25 août au 29 septembre

Nysa
Du 9 au 25 septembre

Lavinia
Du 5 septembre au 3 octobre

Biocoop
Du 19 septembre au 3 octobre

Nicolas
Du 7 septembre au 4 octobre

La Vignery
Du 7 septembre au 2 octobre

La Grande Épicerie de Paris
Du 7 septembre au 5 octobre

SITES

Veepee
À partir du 1er septembre

Vinatis
Du 2 septembre au 9 octobre

Wineandco
Du 30 août au 4 octobre

Millésimes
Du 14 septembre au 5 octobre

Le Petit Ballon
Du 2 septembre au 2 octobre

Avenue des vins
Du 5 au 25 septembre

Xo-Vin
Du 5 septembre au 7 octobre

iDealwine
Du 6 au 27 septembre

Twil
Du 10 septembre au 22 octobre

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MOINS DE 12 €

APPELLATION	DÉSIGNATION	MILL.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/ PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
BORDEAUX & BORDEAUX-SUPÉRIEUR								
Bordeaux	BLANC SEC DE SUDUIRAUT	2019	●	10,90	★★	★★	Intermarché	
Bordeaux	CHÂTEAU LAMOTHE-VINCENT	2019	●	6,10	★★	★★	Vinatis	
Bordeaux	CHÂTEAU MARJOSSE	2021	●	8,99	★★	★★	Intermarché	
Bordeaux	CHÂTEAU MARJOSSE	2018	●	8,99	★★	★★	Intermarché	
Bordeaux	CHÂTEAU ROQUEFORT	2019	●	7,50	★★	★★	Avenue des Vins	
Bordeaux	CHÂTEAU THIEULEY	2021	●	6,50/6,95	★★	★★	Leclerc - Intermarché	
Bordeaux	CHÂTEAU THIEULEY	2019	●	6,99	★★	★★	Auchan	
Bordeaux	CHÂTEAU THIEULEY	2018	●	6,95	★★	★★★	Intermarché	
Bordeaux	G DU CHÂTEAU GUIRAUD	2020	●	10,95/11,50	★★	★★	Carrefour Hyper - Inter.	
Bordeaux	LE SEC DE RAYNE-VIGNEAU	2019	●	10,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Bordeaux-supérieur	CHÂTEAU CROIX-MOUTON	2015	●	9,90	★★	★★	iDealwine	
Bordeaux-supérieur	CHÂTEAU HAUT-GAUSSENS	2018	●	5,90	★★	★★	Casino	
Bordeaux-supérieur	CHÂTEAU LA VERRIÈRE	2020	●	5,90	★★	★★	Auchan	
Bordeaux-supérieur	CHÂTEAU LANDEREAU	2019	●	6,25	★★	★★★	Intermarché	
Bordeaux-supérieur	CHÂTEAU THIEULEY	2019	●	7,80	★★	★★	Vinatis	
MÉDOC								
Médoc	CHÂTEAU HAUT-MAURAC	2020	●	8,90	★★	★★★	Système U	♥
Médoc	CHÂTEAU LA BRANNE	2018	●	8,85	★★	★★	Intermarché	
Médoc	CHÂTEAU LAYAUGA-DUBOSCQ	2016	●	10,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Médoc	CHÂTEAU LAYAUGA-DUBOSCQ	2015	●	9,99	★★	★★	Intermarché	
Médoc	CHÂTEAU LOUSTEAUNEUF	2018	●	9,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Médoc	CHÂTEAU LOUSTEAUNEUF	2016	●	9,99	★★	★★	Intermarché	
Médoc	CHÂTEAU MOULIN-DE-CANHAUT	2019	●	9,90	★★	★★	Monoprix	
Médoc	CHÂTEAU PONTET-BARRAIL	2016	●	8,35	★★	★★★	Netto	
Médoc	CHÂTEAU VERNOUS	2019	●	10,90	★★	★★	Casino	
Médoc	CHÂTEAU VIEUX-ROBIN	2016	●	9,40	★★	★★	Intermarché	
HAUT-MÉDOC								
Haut-médoc	CHÂTEAU BARREYRES	2019	●	9,95	★★	★★	Système U	
Haut-médoc	CHÂTEAU BEAUMONT	2020	●	11,90	★★	★★★	Leclerc	
Haut-médoc	CHÂTEAU BEAUMONT	2015	●	9,99	★★	★★	Intermarché	
Haut-médoc	CHÂTEAU D'OSMOND - CRU ARTISAN	2018	●	10,00	★★	★★	Twil	
Haut-médoc	CHÂTEAU DOYAC	2018	●	11,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Haut-médoc	CHÂTEAU LACOUR-JACQUET	2015	●	9,95	★★	★★★	Casino	
Haut-médoc	CHÂTEAU MOULIN-ROUGE	2019	●	11,50	★★	★★★	Intermarché	
Haut-médoc	CHÂTEAU PEYRABON	2016	●	11,90	★★	★★	Wineandco	
LISTRAC								
Listrac	CHÂTEAU DONISSAN	2016	●	8,95	★★	★★	Casino	
Listrac	CHÂTEAU FONRÉAUD	2015	●	11,65	★★	★★	Netto	
Listrac	CHÂTEAU FOURCAS-DUPRÉ	2018	●	11,70	★★	★★	iDealwine	
PESSAC-LÉOGNAN								
Pessac-léognan	CHÂTEAU DE CRUZEAU	2019	●	9,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Pessac-léognan	CHÂTEAU HAUT-VIGNEAU	2019	●	11,95	★★	★★★	Intermarché	♥
GRAVES								
Graves	CHÂTEAU DE PORTETS	2020	●	7,50	★★	★★	Intermarché	
Graves	CHÂTEAU DE PORTETS	2019	●	7,90/7,95	★★	★★	Aldi - Intermarché	
Graves	CHÂTEAU DES PLACES - PRESTIGE	2021	●	6,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Graves	CHÂTEAU DES PLACES - PRESTIGE	2020	●	6,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Graves	CHÂTEAU ROQUETAILLADE-LA GRANGE	2016	●	11,50	★★	★★	Intermarché	
FRONSAC								
Fronsac	CHÂTEAU TESSENDEY	2018	●	10,50	★★	★★	Intermarché	
Canon-fronsac	CHÂTEAU CANON-SAINT-MICHEL	2016	●	10,90	★★	★★★	Intermarché	♥
Canon-fronsac	CHÂTEAU TOUMALIN	2016	●	8,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
SATELLITES DE SAINT-ÉMILION								
Lussac-saint-émilion	CHÂTEAU DE BARBE-BLANCHE	2018	●	10,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Lussac-saint-émilion	CHÂTEAU LA HAUTE-CLAYMORE	2018	●	8,50	★★	★★	Intermarché	
Lussac-saint-émilion	VIEUX-CHÂTEAU-CHAMBEAU	2020	●	7,95	★★	★★	Carrefour Hyper - Hyper	
Montagne-saint-émilion	CHÂTEAU CALON	2015	●	7,50	★★	★★	Système U	
Montagne-saint-émilion	CHÂTEAU ROC-DE-CALON	2016	●	8,50	★★	★★	Intermarché	
Montagne-saint-émilion	ESTAGER & FILS CHÂTEAU LA PAPÉTERIE	2020	●	11,18	★★	★★	Xo-Vin	
Puisseguin-saint-émilion	CHÂTEAU BRANDA	2019	●	10,95	★★	★★	Carrefour Hyper & Market	
Puisseguin-saint-émilion	CHÂTEAU TEYSSIER	2018	●	9,90	★★	★★	Carrefour Hyper	
Saint-georges-saint-émilion	CHÂTEAU CAP D'OR	2016	●	11,95	★★	★★	Casino - Intermarché	
LES CÔTES								
Blaye-côtes-de-bordeaux	CHÂTEAU MAYNE-GUYON ORIGINE SANS SOUFRE	2020	●	7,99	★★	★★	Monoprix	
Blaye-côtes-de-bordeaux	CHÂTEAU LE VIROU VIEILLES VIGNES	2019	●	6,59	★★	★★	Intermarché	
Blaye-côtes-de-bordeaux	CHÂTEAU MONTFOLLET - LE VALENTIN	2020	●	7,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Cadillac-côtes-de-bordeaux	CHÂTEAU LA RAME - GRAND VIN	2019	●	5,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Cadillac-côtes-de-bordeaux	CHÂTEAU REYNON	2019	●	8,95	★★	★★★	Système U	
Côtes-de-bourg	CHÂTEAU MONTFOLLET - ALTUS	2019	●	7,20	★★	★★	Carrefour Hyper	
Graves-de-vayres	CHÂTEAU LESPARRE	2018	●	6,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Graves-de-vayres	CHÂTEAU LESPARRE	2016	●	6,90	★★	★★	Système U	
SAUTERNES								
Sauternes	CHÂTEAU VOIGNY	2019	●	11,95	★★	★★	Casino	
Sainte-croix-du-mont	CHÂTEAU LA RAME	2019	●	11,90	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Sainte-croix-du-mont	CHÂTEAU LA RAME	2017	●	8,90	★★	★★	Intermarché	
ALSACE								
Alsace riesling	DOMAINE SCHLUMBERGER - LES PRINCES ABBES	2018	●	9,40	★★	★★★	Vinatis	
Alsace riesling	WOLFBERGER - VIEILLES VIGNES	2020	●	6,95/8,70	★★	★★	Carrefour Market - Casino	
Alsace gewurztraminer	DOMAINE MURÉ - ORCHIDÉES SAUVAGES	2020	●	11,95	★★	★★	Carrefour Hyper & Market	
Alsace gewurztraminer	WOLFBERGER	2020	●	8,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Alsace pinot gris GC Zinnkoepflé	BESTHEIM	2020	●	9,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Alsace pinot noir	CAVE DE RIBEAUVILLÉ - PRESTIGE	2018	●	8,09	★★	★★	La Vignery	
Alsace pinot noir	DOPFF AU MOULIN - SIGNATURE	2021	●	5,95	★★	★★	Carrefour Hyper	

● Vin rouge ● Vin blanc ● Vin rosé ● Vin blanc moelleux ● Vin rouge moelleux ★Satisfaisant ★★Bon ★★★Excellent

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1549263600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MOINS DE 12 €

APPELLATION	DÉSIGNATION	MILL.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/ PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
BOURGOGNE								
Chablis	LA CHABLISIENNE	2020	●	10,95/13,95	★★	★★	Casino - Carrefour Market	
Montagny	VIGNERONS DE BUXY	2020	●	9,68	★★	★★	La Vignery	
Saint-bris	DOMAINE SORIN-COQUARD	2021	●	7,95	★★	★★	Casino	
Saint-véran	DOMAINE DES PONCETYS	2019	●	10,80	★★	★★	Intermarché	
Saint-véran	VIGNERONS DES TERRES SECRÈTES	2021	●	9,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
BEAUJOLAIS								
Beaujolais	DOMAINE DES MOUILLES	2021	●	6,20	★★	★★	Système U	
Beaujolais	GILLES GELIN	2020	●	6,99	★★	★★	Intermarché	
Beaujolais-villages	GILLES GELIN	2021	●	7,25	★★	★★	Intermarché	
Beaujolais-villages	GILLES GELIN	2020	●	5,99	★★	★★	Intermarché	
Beaujolais-Villages	DOMAINE DE LA MADONE - LE PERREON	2020	●	7,60	★★	★★	Vinatis	
Brouilly	DOMAINE PIRON	2019	●	10,01	★★	★★	Xo-Vin	
Chénas	DOMINIQUE PIRON	2019	●	8,50	★★	★★	Système U	
Chénas	PAUL JANIN & FILS - LES BLEMONTS	2018	●	9,90	★★	★★★	Intermarché	
Chiroubles	DOMAINE DAVID MÉZIAT	2019	●	6,25	★★	★★★	Système U	♥
Chiroubles	DOMAINE DES MARRANS - AUX CÔTES	2019	●	10,99	★★	★★	Vinatis	
Chiroubles	DOMAINE PIRON	2020	●	8,50	★★	★★	Casino	
Côte-de-brouilly	CHÂTEAU DE PIERRE FILANT - VIEILLES VIGNES	2020	●	6,95	★★	★★	Système U	
Côte-de-brouilly	DOMAINE DE LA CROIX-DESSAIGNE (GEOFFRAY)	2020	●	11,50	★★	★★★	Monoprix	
Fleurie	CLOS DE LA ROILETTE	2020	●	10,80	★★	★★★	iDealwine	♥
Fleurie	DOMAINE DE LA MADONE	2021	●	6,95/7,15	★★	★★	Carrefour Hyper - Inter.	
Fleurie	DOMAINE DE LA MADONE	2020	●	9,90	★★	★★	Le Petit Ballon	
Juliénas	CHATAIGNIER-DURAND	2020	●	7,95	★★	★★	Casino	
Juliénas	DOMAINE BERGERON	2021	●	9,90	★★	★★	Monoprix	
VAL DE LOIRE								
Anjou	CHÂTEAU DE PASSAVANT	2021	●	10,50	★★	★★	Vinatis	
Anjou	CHÂTEAU DE SURONDE - L'ESQUISSE DE SURONDE	2020	●	8,90	★★	★★	Monoprix	
Anjou	CHÂTEAU DE TIGNÉ - LES TERRES CHAUDES	2020	●	5,95	★★	★★	Carrefour Market	
Anjou	DOMAINE DE LA BERGERIE - LA CERISAIE	2020	●	8,50	★★	★★	Wineandco	
Anjou	PITHON-PAILLÉ - MOZAIC	2019	●	9,90	★★	★★★	Twil	
Anjou-villages	DOMAINE DES TROTTIÈRES	2017	●	5,30	★★	★★	Intermarché	
Anjou-villages-brissac	CHÂTEAU LA VARIÈRE	2018	●	6,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Touraine	DOMAINE DE LA GRANGE TIPHAINE - TRINQU'ÂMES	2020	●	9,90	★★	★★★	Wineandco	♥
Touraine	DOMAINE GIBAULT - LES SABLES	2021	●	5,10	★★	★★	Casino	
Touraine gamay	DOMAINE DE LA CHARMOISE	2021	●	7,80	★★	★★	Monoprix	
Touraine gamay	DOMAINE DE LA CHARMOISE - TERROIR DES SILICES	2020	●	6,90	★★	★★	Carrefour Hyper & Market	
Touraine sauvignon	DOMAINE DE LA CHARMOISE	2021	●	7,80	★★	★★	Monoprix	
Touraine sauvignon	DOMAINE DE LA CHARMOISE - TERROIR DES SILICES	2020	●	6,90	★★	★★	Carrefour Hyper & Market	
Touraine-chenonceaux	DOMAINE DE LA RENAUDIE	2020	●	9,90	★★	★★	La Vignery	
Touraine-chenonceaux	DOMAINE DAVAULT	2019	●	9,90	★★	★★	Monoprix	
Bourgueil	BERTRAND & VINCENT MARCHESSEAU - POIDS PLUME	2021	●	8,90	★★	★★	Vinatis	
Bourgueil	DOMAINE DE LA NOIRAIE - VIEILLES VIGNES	2021	●	5,00	★★	★★	Intermarché	
Bourgueil	DOMAINE PITAULT-LANDRY - CUVÉE LES GRAVIÈRES	2021	●	5,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Bourgueil	DOMAINE PITAULT-LANDRY - LES SILICES	2021	●	4,99	★★	★★	Netto	
Bourgueil	DOMAINE PITAULT-LANDRY - VIEILLES VIGNES	2021	●	6,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Bourgueil	FAMILLE AMIRAULT-GROSBOIS - LE PIVERT	2021	●	8,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Chevemy	DOMAINE PHILIPPE LOQUINEAU	2020	●	8,15	★★	★★	Xo-Vin	
Chinon	BERTRAND & VINCENT MARCHESSEAU - AMPOULE	2021	●	9,55	★★	★★	Vinatis	
Chinon	COULY-DUTHEIL - LES GRAVIÈRES	2020	●	8,90/9,95	★★	★★	Monoprix - Carrefour Hyper	
Chinon	DOMAINE DE LA PERRIÈRE - VIELLES VIGNES	2021	●	8,50	★★	★★	Intermarché	
Chinon	DOMAINE DOZON - CLOS DU SAUT-AU-LOUP	2020	●	10,00	★★	★★★	Les Dnes qui montent	
Chinon	DOMAINE FABRICE GASNIER - LES 3 P'TITS BOUTS	2021	●	8,95	★★	★★	Carrefour Hyper & Market	
Chinon	DOMAINE GROSBOIS - LA CUISINE DE MA MÈRE	2021	●	9,40	★★	★★	La Grande Épicerie	
Menetou-salon	ANTOINE DE LA FARGE	2021	●	9,00	★★	★★	Intermarché	
Menetou-salon	ANTOINE DE LA FARGE - LES BIRETTES	2021	●	8,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Menetou-Salon	DOMAINE DE L'ERMITAGE	2021	●	11,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Menetou-Salon	DOMAINE LUCIEN RAIMBAULT	2021	●	10,90	★★	★★	Monoprix	
Muscadet-sèvre-et-maine-sur-lie	DOMAINE GADAIS PÈRE & FILS - LA GRANDE CUVÉE	2020	●	5,95	★★	★★	Carrefour Proxi	
Muscadet-sèvre-et-maine-sur-lie	DOMAINE LUNEAU-PAPIN - CLOS DU MILIEU	2021	●	9,90	★★	★★★	Monoprix	♥
Muscadet-sèvre-et-maine-sur-lie	DOMAINE LUNEAU-PAPIN - LE VERGER	2020	●	10,90	★★	★★★	Wineandco	
Muscadet-sèvre-et-maine-sur-lie	FRÈRES COUILLAUD - COLLECTION PRIVÉE	2017	●	8,95	★★	★★★	Carrefour Hyper & Market	♥
Pouilly-fumé	DOMAINE BARDIN	2021	●	9,40	★★	★★	Système U	
Pouilly-fumé	DOMAINE ROGER PABIOT & FILS - COTEAU DES GIRARMES	2020	●	11,34	★★	★★	Xo-Vin	
Quincy	DOMAINE BRIDOT	2021	●	7,95	★★	★★	Système U	
Quincy	DOMAINE DE L'ÉPINE	2021	●	9,70	★★	★★	Intermarché	
Quincy	DOMAINE DU TREMBLAY	2021	●	9,50	★★	★★★	Intermarché	
Quincy	DOMAINE PHILIPPE PORTIER	2021	●	10,70	★★	★★	Veepee	
Reuilly	ANTOINE DE LA FARGE - LES RUCHETTES	2021	●	9,50	★★	★★	Carrefour Market	
Reuilly	DOMAINE CLAUDE LAFOND	2021	●	7,80	★★	★★	Leclerc	
Reuilly	DOMAINE JM SORBE	2019	●	8,99	★★	★★	Vinatis	
Reuilly	DOMAINE PONROY	2021	●	8,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Saint-nicolas-de-bourgueil	FRÉDERIC MABILEAU - FRUIT DÉFENDU	2019	●	9,50	★★	★★★	Système U	
Saint-nicolas-de-bourgueil	DOMAINE PITAULT LANDRY - LES 3 LIEUX-DITS	2021	●	6,95	★★	★★	Carrefour Hyper & Market	
Saint-nicolas-de-bourgueil	JOEL TALUAU-LES RACINES DU TEMPS	2021	●	6,95	★★	★★	Leclerc	
Saint-pourçain	DOMAINE NEBOUT	2021	●	6,50/6,70	★★	★★	Carrefour Hyper - Leclerc	
Saint-pourçain	DOMAINE NEBOUT	2021	●	6,80	★★	★★	Leclerc	
Saint-pourçain	VIGNERONS DE SAINT-POURÇAIN	2020	●	4,95	★★	★★	La Vignery	
Saumur	DOMAINE DE LA PALEINE	2020	●	7,98	★★	★★	Casino	
Saumur	DOMAINE DE LA PALEINE	2020	●	7,98	★★	★★	Casino	
Saumur	DOMAINE DES GUYONS - MURMURE	2021	●	11,95	★★	★★	Nysa	
Saumur	DOMAINE ISABELLE SUIRE	2019	●	11,50	★★	★★★	La Grande Épicerie	♥
Saumur-champigny	DOMAINE DE LA PERRUCHE - LES HAUTS DE LA PERRUCHE	2021	●	7,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Saumur-champigny	DOMAINE DES VARINELLES	2020	●	7,25	★★	★★	Carrefour Hyper	

● Vin rouge ● Vin blanc ● Vin rosé ● Vin blanc moelleux ● Vin rouge moelleux ★ Satisfaisant ★★ Bon ★★★ Excellent

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1549263600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MOINS DE 12 €

APPELLATION	DÉSIGNATION	MILL.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/ PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
Saumur-champigny	DOMAINE DUBOIS - BOUTIFOLLE	2019	●	7,50	★★	★★	Auchan	
Saumur-champigny	DOMAINE LA BONNELIÈRE - LA MONTÉE DES POYEUX	2020	●	7,90	★★	★★	Système U	
Saumur-champigny	FAMILLE VADÉ - LES BAUNELLES	2021	●	5,99	★★	★★	Intermarché	
Saumur-champigny	LÉNA FILLIATREAU - VIEILLES VIGNES	2019	●	8,95	★★	★★	Carrefour Market	
Valençay	VIGNOBLE ROY	2019	●	6,00	★★	★★	Intermarché	
Valençay	VIGNOBLE ROY - CUVÉE LES BEAUX-MONTS	2021	●	6,15	★★	★★	Leclerc	
JURA								
Arbois	FRUITIÈRE VINICOLE D'ARBOIS CUVÉE BÉTHANIE	2018	●	11,41	★★	★★	Casino	
Arbois	DOMAINE LORNET - CHARDONNAY	2020	●	8,99	★★	★★★	Intermarché	
Arbois	DOMAINE LORNET - POULSARD	2020	●	8,99	★★	★★★	Intermarché	
Arbois	DOMAINE LORNET - TROUSSEAU	2020	●	10,80	★★	★★★	Intermarché	♥
Arbois	DOMAINE ROLET & FILS - TROUSSEAU	2016	●	8,50	★★	★★	Vinatis	
Arbois	FRUITIÈRE VINICOLE D'ARBOIS - CHARDONNAY	2019	●	8,55	★★	★★	La Vignery	
Côtes-du-jura	DOMAINE LORNET - CHARDONNAY	2020	●	8,80	★★	★★★	Intermarché	
L'Étoile	DOMAINE GENELETTI - SAVAGNIN OUILLÉ	2018	●	9,75	★★	★★	Auchan	
SAVOIE								
Savoie	DOMAINE EUGÈNE CARREL & FILS - TRILOGIE ORIGINELLES	2020	●	6,95	★★	★★	Système U	
Savoie mondeuse	DOMAINE ANDRÉ & MICHEL QUENARD	2021	●	9,50	★★	★★	Monoprix	
Savoie mondeuse	DOMAINE VENDANGE	2019	●	7,25	★★	★★	Intermarché	
Savoie apremont	CHÂTEAU APREMONT	2020	●	8,99	★★	★★	Intermarché	
Savoie apremont	DOMAINE PHILIPPE & SYLVAIN RAVIER	2021	●	7,90	★★	★★★	Monoprix	
Savoie apremont	DOMAINE PHILIPPE & SYLVAIN RAVIER	2021	●	6,95	★★	★★★	Carrefour Market	
Savoie apremont	FAMILLE VIALLET - VIEILLES VIGNES	2021	●	5,99	★★	★★	Intermarché	
Savoie arbin mondeuse	DOMAINE FABIEN TROSSET	2021	●	7,95	★★★	★★★	Système U	
Savoie arbin mondeuse	LES FILS DE RENÉ QÉNARD - CLOS DE LA GALÈZE	2020	●	10,90	★★	★★★	Intermarché	
Savoie chignin mondeuse	LES FILS DE RENÉ QUÉNARD	2019	●	10,40	★★	★★	La Vignery	
Savoie chignin-bergeron	CHÂTEAU DE LA GENTILHOMMIÈRE	2020	●	10,99	★★	★★	Intermarché	
Savoie ripaille	CHÂTEAU DE RIPAILLE	2021	●	7,75	★★	★★	Intermarché	
Roussette-de-savoie	JEAN CAVAILLÉ	2020	●	7,50	★★	★★	Carrefour Proxi	
Roussette-de-savoie	DOMAINE DU COLOMBIER	2019	●	8,70	★★	★★	Vinatis	
Roussette-de-savoie	DOMAINE VENDANGE	2019	●	7,25	★★★	★★★	Intermarché	
Roussette-de-Savoie	MAISON ADRIEN VACHER - LES ADRETS	2020	●	6,00	★★	★★	Casino	
VALLÉE DU RHÔNE								
Côtes-du-rhône	CHÂTEAU DE MANISSY	2020	●	6,48	★★	★★	Casino	
Côtes-du-rhône	COLOMBO & FILLE	2020	●	7,95	★★	★★	Monoprix	
Côtes-du-rhône	DOMAINE DE LA BRUNELY	2021	●	5,95	★★	★★	Monoprix	
Côtes-du-rhône	DOMAINE DE LA GUICHARDE - CUVÉE LES ROBINSONS	2019	●	6,50	★★	★★	Leclerc	
Côtes-du-rhône	DOMAINE DE LA MORDORÉE - DAME ROUSSE	2020	●	10,90	★★	★★★	Wineandco	
Côtes-du-rhône	DOMAINE DE LA PIÉGONNE	2019	●	5,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Côtes-du-rhône	DOMAINE RICHAUD - MISTRAL	2019	●	10,30	★★	★★★	Lavinia	
Côtes-du-rhône	DOMAINE ROUGE GARANCE - TERRE DE GARANCE	2021	●	6,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Côtes-du-rhône	VIGNOBLE ANNE COLLARD	2020	●	8,70	★★	★★★	La Grande Épicerie	♥
Côtes-du-rhône	XAVIER VIGNON	2020	●	7,95	★★	★★	Carrefour Hyper & Market	
Côtes-du-rhône-villages	DOMAINE PÉLAQUIÉ	2021	●	7,95	★★	★★	Monoprix	
Côtes-du-rhône-villages Laudun	CHÂTEAU COURAC	2018	●	6,75	★★	★★	Casino	
Côtes-du-rhône-villages Laudun	CHÂTEAU COURAC - ÉOLE	2019	●	6,95	★★	★★	Leclerc	
Côtes-du-rhône-villages Laudun	CHÂTEAU LA GÉNESTIÈRE - LA MAGNANERIE	2021	●	4,85	★★	★★	Netto	
Côtes-du-rhône-villages Laudun	DOMAINE PÉLAQUIÉ	2020	●	6,90	★★	★★★	Monoprix	
Côtes-du-rhône-villages	DOMAINE DES PASQUIERS	2021	●	7,50	★★	★★	Les Dnes qui montent	
Côtes-du-rhône-villages Sablet	DOMAINE CHAMFORT - LA PAUSE	2020	●	10,00	★★	★★★	Les Dnes qui montent	
Côtes-du-rhône-villages Sablet	DOMAINE DES PASQUIERS	2021	●	8,91	★★	★★	Casino	
Côtes-du-rhône-villages Séguret	DOMAINE CHAMFORT - CÔTÉ INVERSE	2020	●	10,00	★★	★★★	Les Dnes qui montent	
Cairanne	ALARY DENIS - TRADITION	2019	●	10,80	★★	★★	Millésimes	
Cairanne	BRUSSET - LES TRAVERS	2021	●	11,20	★★	★★★	Twil	
Cairanne	DOMAINE DE LA PRÉSIDENTE	2020	●	5,95	★★	★★	Système U	
Cairanne	ROMAIN DUVERNAY	2019	●	5,78	★★	★★	Casino	
Cairanne	XAVIER VIGNON	2016	●	8,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Costières-de-nîmes	CHÂTEAU DE NAGES - HÉRITAGE	2020	●	10,90	★★	★★	Vinatis	
Costières-de-nîmes	CHÂTEAU DE NAGES - SÉLECTION PARCELLAIRE	2020	●	9,90	★★	★★	Monoprix	
Costières-de-nîmes	CHÂTEAU MOURGUES DU GRÈS - LES GALETS ROUGES	2020	●	8,40/7,50	★★	★★	La Grande Épicerie - Lavinia	
Costières-de-nîmes	CLOS DES BOUTES - LE PLURIEL	2021	●	9,70	★★	★★	La Grande Épicerie	♥
Crozes-hermitage	CAVE DE TAIN - LES HAUTS DE PAVIÈRES	2021	●	7,99	★★	★★★	Auchan	
Lirac	DOMAINE PÉLAQUIÉ	2020	●	7,95	★★	★★★	Carrefour Proxi	♥
Lirac	FAMILLE TARDIEU	2021	●	8,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Luberon	DOMAINE LE NOVI - TERRE DE SAFRES	2021	●	9,00	★★	★★	Xo-Vin	
Luberon	DOMAINE LE NOVI - TERRE DE SAFRES	2021	●	7,93	★★	★★	Xo-Vin	
Rasteau	DOMAINE CHARAVIN - VIGNES D'HORIZONS	2021	●	9,95	★★	★★	Carrefour Proxi	
Rasteau	XAVIER VIGNON	2016	●	10,95	★★	★★	Carrefour Hyper & Market	
Tavel	DOMAINE DES MURETINS	2021	●	6,36	★★	★★	Système U	
Vacqueyras	DOMAINE BRUNELY	2020	●	7,45/7,50	★★	★★★	Netto - Intermarché	
Ventoux	XAVIER VIGNON	2017	●	8,50	★★	★★	Wineandco	
LANGUEDOC								
Languedoc	CHÂTEAU DE LANCYRE - ESPRIT DE GARRIGUE	2020	●	5,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Languedoc	DOMAINE CLAVEL - LE MAS	2021	●	9,90	★★	★★	La Grande Épicerie	
Languedoc	MAS CONSCIENCE - LA PETITE PRISE	2018	●	9,86	★★	★★★	Xo-Vin	
Languedoc	MAS D'ESPANET - ÉOLIENNE	2020	●	11,50	★★	★★★	La Grande Épicerie	
Languedoc	MAS DE LA SÉRANNE - À L'OMBRE DU FIGUIER	2021	●	7,90	★★	★★	Wineandco	
Languedoc	MAS GRANIER - LA CLÉMENCE	2019	●	8,20	★★	★★	La Grande Épicerie	
Languedoc-grès-de-montpellier	CHÂTEAU DE L'ENGARRAN - CUVÉE LES GRAVIÈRES	2019	●	9,99	★★	★★	Système U	
Languedoc-montpeyroux	DOMAINE LE CLOS DU LUCQUIER	2020	●	7,55	★★	★★	Netto	
Picpoul-de-pinet	LA CROIX-GRATIOT - BRECHALLUNE	2019	●	11,90	★★★	★★★	Wineandco	♥
Picpoul-de-pinet	DOMAINE DES LAURIERS - CUVÉE PRESTIGE	2020	●	6,60	★★	★★★	Vinatis	
Picpoul-de-pinet	HECHT & BANNIER	2021	●	8,50	★★	★★	Monoprix	
La-Clape	CHÂTEAU CAPITOUL - CUVÉE GRAND TERROIR	2020	●	5,10	★★	★★	Carrefour Hyper	

● Vin rouge ● Vin blanc ● Vin rosé ● Vin blanc moelleux ● Vin rouge moelleux ★Satisfaisant ★★Bon ★★★Excellent

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1549263600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MOINS DE 12 €

APPELLATION	DÉSIGNATION	MILL.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/ PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
La-Clape	CHÂTEAU CAPITOUL - ROCAILLE	2018	●	9,96	★★	★★	Xo-Vin	
La-Clape	CHÂTEAU L'HOSPITALET - LA RÉSERVE	2021	●	9,95	★★	★★	Leclerc	
La-Clape	CHÂTEAU LA NÉGLY	2020	●	7,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
La-Clape	CHÂTEAU LES BUGADELLES - CUVÉE DES 4 VENTS	2020	●	6,95	★★	★★	Intermarché	
La-Clape	DOMAINE SARRAT DE GOUNDY	2020	●	6,92/7,07	★★★	★★★	Casino - Netto	♥
Pic-saint-loup	CHÂTEAU DE LANCYRE - COSTE D'ALEYRAC	2020	●	9,80	★★	★★	Vinatis	
Pic-saint-loup	CHÂTEAU L'EUZIÈRE - NOUVELLE LUNE	2020	●	9,60	★★	★★	Leclerc	
Pic-saint-loup	DOMAINE DE VILLENEUVE - HAPPY CULTEUR	2020	●	8,58	★★	★★	Casino	
Pic-saint-loup	DOMAINE DE VILLENEUVE - VIEILLES VIGNES	2020	●	8,75	★★	★★	Netto	
Pic-saint-loup	MAS DE L'ONCLE - CLASSIQUE	2020	●	11,96	★★	★★★	Xo-Vin	
Terrasses-du-larzac	CHÂTEAU DE JONQUIÈRES - LANSADE	2020	●	11,90	★★	★★★	Wineandco	
Terrasses-du-larzac	CHÂTEAU LA SAUVAGEONNE - CUVÉE LES RUFFES	2020	●	10,50	★★	★★	Leclerc	
Terrasses-du-larzac	DOMAINE DU CAUSSE-D'ARBORAS - LA SENTINELLE	2018	●	10,05/10,35	★★	★★	Intermarché - Casino	
Terrasses-du-larzac	LE CLOS DU LUCQUIER	2019	●	8,90	★★	★★	Intermarché	
Faugères	CHÂTEAU DE CIFFRE - TERROIRS D'ALTITUDE	2019	●	11,50	★★	★★★	Monoprix	
Faugères	CHÂTEAU DES ESTANILLES - LA CHAPELLE	2020	●	7,90	★★	★★	Leclerc	
Faugères	DOMAINE DE FENOUILLET - EXTRAIT DE SCHISTES	2019	●	6,45/6,75	★★	★★	Intermarché - Casino	
Faugères	DOMAINE DE L'ANCIENNE MERCERIE - ESQUISSE	2016	●	9,90	★★	★★★	Lavinia	
Faugères	MAS ONÉSIME - INSOUMIS	2020	●	7,50	★★	★★★	Les Dnes qui montent	
Faugères	MAS ONÉSIME - JOUR FRUIT	2021	●	7,50	★★	★★★	Les Dnes qui montent	
Saint-chinian	DOMAINE DU LANDEYRAN - LA FALAISE	2018	●	6,45	★★	★★★	Intermarché	
Saint-chinian	DOMAINE RIMBERT - LES TRAVERS DE MARCEAU	2020	●	8,76/9,80	★★	★★★	La Vignery - Lavinia	
Minervois	CHÂTEAU DE PARAZA CLOS SAINT-MICHEL	2017	●	9,45	★★	★★	Xo-Vin	
Minervois	CHÂTEAU DE PARAZA-VELVET	2019	●	7,66	★★	★★	Xo-Vin	
Minervois	CHÂTEAU VENTENAC	2020	●	6,25	★★	★★	Intermarché	
Corbières	CHÂTEAU AIGUILLOUX - CUVÉE AVENTURE	2018	●	6,20/7,65	★★	★★	Intermarché - Twil	
Corbières	CHÂTEAU AIGUILLOUX - TROIS SEIGNEURS	2017	●	11,00	★★	★★	Twil	
Corbières	CHÂTEAU CASCADAIS	2016	●	7,60	★★	★★★	Lavinia	
Corbières	DOMAINE SERRES-MAZARD	2021	●	4,95	★★	★★	Carrefour Market	
Corbières-Boutenac	CHÂTEAU LA VOULTE-GASPARETS	2019	●	6,99	★★	★★	Monoprix	
Corbières-Boutenac	CHÂTEAU LA VOULTE-GASPARETS - CUVÉE RESERVÉE	2020	●	8,85/9,95	★★	★★	Intermarché - Leclerc	
Cabardès	CHÂTEAU DE PENNAUTIER - TERROIRS D'ALTITUDE	2015	●	9,90	★★	★★	iDealwine	
Cabardès	CHÂTEAU PARAZOLS-BERTROU - TENTATION	2020	●	6,95	★★	★★	Carrefour Market	
Cabardès	CHÂTEAU PARAZOLS-BERTROU - LE CHANT DES PIERRES	2020	●	5,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Cabardès	CHÂTEAU PAUL MAS - CLOS DES MURES	2020	●	10,30	★★	★★	Nicolas	
Cabardès	MAISON VENTENAC - TOME VII JULES	2019	●	6,70	★★	★★	Monoprix	
Malepère	CHÂTEAU DE LA SOUJÉOLE - CUVÉE SAINT-VINCENT	2019	●	7,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Malepère	CHÂTEAU DE LA SOUJÉOLE - CUVÉE DES CHÊNES	2019	●	7,99	★★	★★	Intermarché	
Malepère	CHÂTEAU DE SERRES - LE MARIÉ !	2019	●	8,50	★★	★★	Les Dnes qui montent	
IGP pays-d'oc	MAISON VENTENAC - CUVÉE ÈVE	2020	●	6,90	★★	★★	Wineandco	
IGP pont-du-gard	DOMAINE MARC KREYDENWEISS - PERRIÈRES RÉSERVE	2020	●	11,20	★★	★★★	La Grande Épicerie	
Vin-de-France	MAISON VENTENAC - LA PREUVE	2021	●	10,90	★★	★★	Monoprix	
Vin-de-France	MAISON VENTENAC - LE PARIA	2021	●	6,90	★★	★★	Wineandco	
Vin-de-France	MAS ONÉSIME - LE CINSAULT	2020	●	10,00	★★	★★★	Les Dnes qui montent	
ROUSSILLON								
Côtes-du-roussillon	CHÂTEAU DE CORNEILLA - HÉRITAGE	2020	●	7,50	★★	★★	Les Dnes qui montent	
Côtes-du-roussillon	CLOS DES FÉES - LES SORCIÈRES	2021	●	11,90	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Côtes-du-roussillon	DOMAINE CAZES - GRANDE RÉSERVE	2021	●	6,50	★★	★★	Leclerc	
Côtes-du-roussillon	DOMAINE MODAT - LES PETITS MODAT	2021	●	9,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Côtes-du-roussillon	MAS AMIEL - CUVÉE PRODIGE	2021	●	9,90	★★	★★	Système U	
Côtes-du-roussillon	MAS AMIEL - VERTIGO	2020	●	10,00	★★	★★	Wineandco	
Côtes-du-roussillon	MAS BECHA - CLASSIQUE	2020	●	9,60	★★	★★	Millésimes	
Côtes-du-roussillon-villages	CHÂTEAU DE JAU	2021	●	6,95	★★	★★	Leclerc	
Côtes-du-roussillon-villages	DOMAINE CAZES - GRAND CAP	2020	●	7,20	★★	★★	Intermarché	
Côtes-du-roussillon-villages	DOMAINE CAZES - TRILOGY	2018	●	8,25	★★	★★	Veepee	
Côtes-du-roussillon-villages	MARC PARCÉ	2021	●	6,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Côtes-du-roussillon-villages	MAS AMIEL - LE PLAISIR	2019	●	9,95	★★	★★	Casino	
Côtes-du-roussillon-villages	MAS AMIEL - AUTRES TERRES	2019	●	9,60	★★	★★	Intermarché	
Côtes-du-roussillon-villages	MAS DES MONTAGNES TERROIRS D'ALTITUDE	2020	●	9,90	★★	★★	Monoprix	
Collioure	LES CLOS DE PAULILLES - CUVÉE VALENTI	2020	●	9,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Collioure	LES HAUTS DE PAULILLES	2020	●	9,59/9,75	★★	★★	Casino - Intermarché	
Maury	DAUVERGNE RANVIER PARCÉ - HORS D'ÂGE	NM	●	9,95	★★	★★	Carrefour Hyper & Market	
PROVENCE								
Bandol	DOMAINE DE L'OLIVETTE - L'ORATOIRE DE L'OLIVETTE	2019	●	11,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Cassis	BASTIDE DE LA FERME BLANCHE	2021	●	10,95	★★	★★	Carrefour Hyper & Market	
Cassis	CLOS D'ALBIZZI	2021	●	11,50	★★	★★	Casino	
Cassis	DOMAINE DES QUATRE VENTS	2021	●	10,50	★★	★★★	Casino	
Côtes-de-provence	CHÂTEAU DE BERNE - GRANDE RÉCOLTE	2021	●	7,50/7,90	★★	★★	Casino - Carrefour Hyper	
Côtes-de-provence	CHÂTEAU DE BERNE - INSPIRATION	2021	●	10,88	★★	★★★	Twil	
Côtes-de-provence	CHÂTEAU LA GORDONNE - VÉRITÉ DU TERROIR	2021	●	5,85/7,95	★★	★★	Auchan - Casino	
Côtes-de-provence	CHÂTEAU PEYRASSOL - LES COMMANDEURS	2021	●	10,50	★★	★★	Casino	
Côtes-de-provence	CHÂTEAU ROUBINE - RÉSERVE	2021	●	11,95	★★	★★	Casino	
Côtes-de-provence	LE CLOITRE DE SAINTE-ROSELINE	2021	●	9,30	★★	★★	Casino	
Côtes-de-provence	LE CLOITRE DE SAINTE-ROSELINE	2021	●	11,50	★★	★★	Intermarché	
Côtes-de-provence	FAMILLE SUMEIRE - ROSÉ À LA ROSE	2021	●	5,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Côtes-de-provence-Ste-Victoire	DOMAINE ELIE SUMEIRE	2021	●	6,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
CORSE								
Corse	DOMAINE PETRONI	2020	●	8,95	★★	★★	Leclerc	
Corse	DOMAINE TERRA VECCHIA	2020	●	5,95	★★	★★	Carrefour Hyper & Market	
Corse	DOMAINE TERRA VECCHIA	2021	●	7,95	★★	★★	Casino	
Corse figari	DOMAINE DE TANELLA	2020	●	6,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Corse figari	DOMAINE DE TANELLA - CLOS MARC-AURÈLE	2020	●	7,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Patrimonio	DOMAINE DEVICHI - MLLE D	2021	●	9,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
SUD-OUEST								

● Vin rouge ● Vin blanc ● Vin rosé ● Vin blanc moelleux ● Vin rouge moelleux ★Satisfaisant ★★Bon ★★★Excellent

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MOINS DE 12 €

APPELLATION	DÉSIGNATION	MILL.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/ PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
Bergerac	CHÂTEAU MONESTIER LA TOUR - FLEUR DE VIGNE	2016	●	5,90	★★	★★	Intermarché	
Bergerac	CHÂTEAU TOUR DES GENDRES - CANTALOUETTE	2021	●	9,80	★★	★★	La Grande Épicerie	
Bergerac	CHÂTEAU TOUR DES GENDRES - PRIMO DE CONTI	2020	●	6,75	★★	★★★	Intermarché	
Bergerac	CHÂTEAU VARI	2018	●	6,80	★★	★★★	Casino	♥
Bergerac	DOMAINE ALBERT DE CONTI - CUVÉE DES CONTI	2021	●	7,90	★★	★★★	La Grande Épicerie	
Côtes-de-bergerac	DOMAINE DU GOUYAT	2019	●	4,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Cahors	CHÂTEAU LAMARTINE - TANDEM	2020	●	9,90	★★	★★	Wineandco	
Cahors	CHEVALIER DU CHÂTEAU LAGREZETTE	2018	●	9,95	★★	★★	Veepee	
Cahors	DOMAINE COSSE-MAISONNEUVE - LE COMBAL	2016	●	11,50	★★	★★	Wineandco	
Cahors	DOMAINE DES CROISILLE	2019	●	9,00	★★	★★★	Wineandco	
Cahors	JEAN-LUC BALDÈS - FRENCH MALBEC	2018	●	8,00	★★	★★	Xo-Vin	
Cahors	LIONEL OSMIN	2018	●	9,18	★★	★★	Xo-Vin	
Fronton	CHÂTEAU BAUDARE - LES 3 TERROIRS	2019	●	5,99	★★	★★	Carrefour Hyper & Proxi	
Fronton	CHÂTEAU BAUDARE - PERLE NOIRE	2019	●	5,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Fronton	CHÂTEAU BELLEVUE-LAFORET - CUVÉE RÉSERVE	2019	●	4,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Fronton	CHÂTEAU BOUISSEL	2018	●	5,95	★★	★★	Intermarché	
Fronton	CHÂTEAU FLOTIS	2021	●	4,90	★★	★★	Système U	
Fronton	CHÂTEAU LAUROU	2020	●	6,90	★★	★★	Monoprix	
Fronton	DOMAINE LE ROC - FOLLE NOIRE D'AMBAT	2020	●	8,40	★★	★★	Vinatis	
Gaillac	DOMAINE DES TERRISSES	2018	●	4,50	★★	★★★	Intermarché	
Gaillac	DOMAINE LAUBAREL	2020	●	5,40	★★	★★	La Vignery	
Jurançon	CHÂTEAU JOLYS	2019	●	8,95	★★	★★	Carrefour Market	
Jurançon	DOMAINE BORDENAVE - LES COPAINS D'ABORD	2020	●	8,90	★★	★★	Système U	
Jurançon sec	DOMAINE BORDENAVE - LES COPAINS D'ABORD	2021	●	8,90	★★	★★	Système U	
Jurançon sec	DOMAINE CAUHAPÉ - GEYSER	2021	●	11,80	★★	★★★	Vinatis	
Madiran	CHÂTEAU DE CROUSEILLES	2018	●	10,62	★★	★★★	Intermarché	♥
Madiran	DOMAINE SERGENT	2019	●	5,95	★★	★★	Carrefour Hyper & Market	
Monbazillac	DOMAINE DE PÉCANY	2021	●	7,50	★★	★★	Système U	♥
Monbazillac	DOMAINE PÉCANY - RÉSERVE	2021	●	7,50	★★	★★★	Leclerc	

DE 12 À 30 €

APPELLATION	DÉSIGNATION	MILL.	CLASS.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/ PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
MÉDOC									
Médoc	CHÂTEAU CASTERA	2019		●	13,95	★★	★★	Carrefour Market	
Médoc	CHÂTEAU LA CARDONNE - MAGNUM	2015		●	19,90	★★	★★★	Intermarché	
Médoc	CHÂTEAU POTENSAC	2018		●	24,50	★★	★★★	Casino	
Médoc	CHÂTEAU POTENSAC	2016		●	25,90	★★	★★★	Intermarché	
Médoc	CHÂTEAU RAMAFORT - MAGNUM	2014		●	18,25	★★	★★	Intermarché	
Médoc	CHÂTEAU ROLLAN-DE-BY	2020		●	13,90	★★	★★	La Vignery	
Médoc	CHÂTEAU ROLLAN-DE-BY	2016		●	14,40	★★	★★	Xo-Vin	
Médoc	CHÂTEAU ROLLAN-DE-BY	2015		●	13,95	★★	★★	Aldi	
HAUT-MÉDOC									
Haut-médoc	CHÂTEAU BELGRAVE	2019	5eCC	●	24,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Haut-médoc	CHÂTEAU CAMENSAC	2016	5eCC	●	26,40	★★	★★★	Xo-Vin	
Haut-médoc	CHÂTEAU CANTEMERLE	2020	5eCC	●	24,50	★★	★★★	Système U	
Haut-médoc	CHÂTEAU CANTEMERLE	2015	5eCC	●	26,90	★★	★★★	Intermarché	
Haut-médoc	CHÂTEAU CANTEMERLE	2014	5eCC	●	23,90	★★	★★★	Intermarché	
Haut-médoc	CHÂTEAU CANTEMERLE	2012	5eCC	●	24,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Haut-médoc	CHÂTEAU BEL-AIR GLORIA - MAGNUM	2016		●	24,90	★★	★★★	Système U	♥
Haut-médoc	CHÂTEAU BELLE-VUE	2020		●	14,90	★★	★★	Système U	
Haut-médoc	CHÂTEAU BELLE-VUE	2018		●	14,90	★★	★★	Auchan	
Haut-médoc	CHÂTEAU CAMBON-LA PELOUSE	2019		●	14,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Haut-médoc	CHÂTEAU CAMBON-LA PELOUSE	2014		●	14,90	★★	★★	Wineandco	
Haut-médoc	CHÂTEAU CARONNE-SAINTE-GEMME - MAGNUM	2018		●	24,99	★★	★★★	Intermarché	
Haut-médoc	CHÂTEAU CHARMAIL	2014		●	13,59	★★	★★	Xo-Vin	
Haut-médoc	CHÂTEAU CITRAN	2020		●	15,95	★★	★★	Carrefour Market	
Haut-médoc	CHÂTEAU CITRAN	2018		●	16,20	★★	★★	Casino	
Haut-médoc	CHÂTEAU CITRAN	2016		●	14,99/15,90	★★	★★★	Carrefour Hyper - Wineandco	
Haut-médoc	CHÂTEAU CITRAN	2016		●	14,31	★★	★★★	Xo-Vin	♥
Haut-médoc	CHÂTEAU CITRAN	2014		●	12,90	★★	★★★	Intermarché	
Haut-médoc	CHÂTEAU CLÉMENT-PICHON	2014		●	14,50	★★	★★	Casino	
Haut-médoc	CHÂTEAU D'AGASSAC	2019		●	15,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Haut-médoc	CHÂTEAU D'AGASSAC	2016		●	14,90	★★	★★	Intermarché	
Haut-médoc	CHÂTEAU DE GIRONVILLE	2018		●	12,42	★★	★★★	Vinothèque de Bx	
Haut-médoc	CHÂTEAU DOYAC - MAGNUM	2018		●	24,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Haut-médoc	CHÂTEAU DU TAILLAN	2018		●	13,50	★★	★★	Casino	
Haut-médoc	CHÂTEAU DU TAILLAN	2016		●	12,90	★★	★★	Intermarché	
Haut-médoc	CHÂTEAU LANESSAN	2015		●	12,50/12,72	★★	★★	Intermarché - Xo-Vin	
Haut-médoc	CHÂTEAU LANESSAN	2011		●	15,15	★★	★★	La Vignery	
Haut-médoc	CHÂTEAU LAROSE-PERGANSON	2018		●	14,95	★★	★★	Carrefour Market & Hyper	
Haut-médoc	CHÂTEAU LARRIVAUX - MAGNUM	2018		●	28,80	★★	★★	Vinothèque de Bx	
Haut-médoc	CHÂTEAU PALOUMEY	2020		●	13,95	★★	★★★	Carrefour Market & Hyper	
Haut-médoc	CHÂTEAU SOCIANDO-MALLET	2014		●	25,43	★★	★★★	Xo-Vin	
Haut-médoc	LES ALLÉES DE CANTEMERLE - 2nd DE CANTEMERLE	2018		●	16,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Haut-médoc	MOULIN DE LA LAGUNE - 2nd DE LA LAGUNE	2020		●	15,99	★★	★★	Système U	
Haut-médoc	DEMOISELLE DE SOCIANDO-MALLET - 2nd VIN	2018		●	17,66	★★	★★	Casino	
Haut-médoc	DEMOISELLE DE SOCIANDO-MALLET - 2nd VIN	2015		●	17,90	★★	★★	Intermarché	
LISTRAC									
Listrac	CHÂTEAU FONRÉAUD	2016		●	12,50	★★	★★	Intermarché	
Listrac	CHÂTEAU FOURCAS-DUPRÉ	2019		●	12,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Listrac	CHÂTEAU FOURCAS-DUPRÉ	2015		●	14,16	★★	★★	Vinothèque de Bx	

● Vin rouge ● Vin blanc ● Vin rosé ● Vin blanc moelleux ● Vin rouge moelleux ★ Satisfaisant ★★ Bon ★★★ Excellent

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

DE 12 A 30 €

APPELLATION	DESIGNATION	MILL.	CLASS.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/ PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
Listrac	CHÂTEAU LESTAGE	2020		●	12,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Listrac	CHÂTEAU LESTAGE	2016		●	13,35	★★	★★	Intermarché	
Listrac	CHÂTEAU LESTAGE	2015		●	13,35	★★	★★	Intermarché	
MOULIS									
Moulis	CHÂTEAU BRILLETTE	2017		●	15,30	★★	★★	Vinothèque de Bx	
Moulis	CHÂTEAU CHASSE-SPLEEN	2020		●	28,20	★★★	★★	Système U	
Moulis	CHÂTEAU CHASSE-SPLEEN	2020		●	27,90	★★★	★★	Carrefour Hyper & Market	
Moulis	CHÂTEAU CHASSE-SPLEEN	2019		●	25,92	★★	★★★	Casino	
Moulis	CHÂTEAU MAUCAILLOU	2019		●	19,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Moulis	CHÂTEAU MAUCAILLOU	2016		●	20,90	★★	★★	Intermarché	
Moulis	CHÂTEAU MAUVESIN - BARTON	2018		●	17,02	★★	★★	Vinothèque de Bx	
Moulis	CHÂTEAU POUJEAUX	2015		●	24,96/25,90	★★	★★	Xo-Vin - Intermarché	
Moulis	CHÂTEAU POUJEAUX	2014		●	23,90/25,07	★★	★★★	Netto - Xo-Vin - Intermarché	
MARGAUX									
Margaux	CHÂTEAU D'ARSAC	2019		●	15,99	★★	★★★	Netto	
Margaux	CHÂTEAU D'ARSAC	2016		●	18,95	★★	★★	Carrefour Hyper & Market	
Margaux	CHÂTEAU LA BESSANE	2015		●	20,90	★★	★★★	La Grande Épicerie	
Margaux	CHÂTEAU LA GURGUE	2019		●	21,16	★★	★★★	Vinothèque de Bx	
Margaux	CHÂTEAU LES BARRAILLOTS - CRU ARTISAN	2019		●	14,95	★★	★★★	Système U	♥
Margaux	CHÂTEAU PAVEIL-DE-LUZE	2020		●	19,00	★★	★★★	Système U	
Margaux	CHÂTEAU PAVEIL-DE-LUZE	2015		●	22,80	★★★	★★★	La Vignery	
Margaux	CHÂTEAU LA TOUR DE MONS	2019		●	17,95	★★	★★	Auchan	
Margaux	BARON DE BRANE - 2nd DE BRANE-CANTENAC	2020		●	22,90	★★	★★★	Système U	♥
Margaux	BARON DE BRANE - 2nd DE BRANE-CANTENAC	2014		●	25,65	★★	★★	Vinothèque de Bx	
Margaux	BLASON D'ISSAN - 2nd D'ISSAN	2020		●	22,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Margaux	BLASON D'ISSAN - 2nd D'ISSAN	2016		●	23,92	★★	★★	Xo-Vin	
Margaux	BRIO DE CANTENAC-BROWN - 2nd DE CANTENAC-BROWN	2016		●	24,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Margaux	CHEVALIER DE LASCOMBES - 2nd DE LASCOMBES	2018		●	29,90	★★	★★	Carrefour Hyper	
Margaux	CHEVALIER DE LASCOMBES - 2nd DE LASCOMBES	2018		●	28,90	★★	★★	Intermarché	
Margaux	CONFIDENCES DE PRIEURÉ-LICHINE - 2nd VIN	2018		●	19,95	★★	★★	Vinothèque de Bx	
Margaux	LA DAME DE MALESCOT - 2nd DE MALESCOT	2016		●	23,90/24,30	★★	★★	Intermarché - Casino	
Margaux	LA SIRÈNE DE GISCOURS - 2nd DE GISCOURS	2019		●	21,06/21,95	★★	★★	Casino - Carrefour Hyper	
Margaux	LA SIRÈNE DE GISCOURS - 2nd DE GISCOURS	2016		●	24,80	★★	★★	Xo-Vin	
Margaux	LES HAUTS-DU-TERTRE - 2nd DE DU TERTRE	2020		●	19,95/20,95	★★	★★	Système U - Intermarché	
Margaux	LES HAUTS-DU-TERTRE - 2nd DE DU TERTRE	2015		●	21,95	★★	★★	Carrefour Market	
SAINT-JULIEN									
Saint-julien	CHÂTEAU DU GLANA	2020		●	20,59	★★	★★	Casino	
Saint-julien	CHÂTEAU DU GLANA	2020		●	19,95	★★	★★	Carrefour Market - Système U	
Saint-julien	CHÂTEAU DU GLANA	2019		●	19,95	★★	★★	Carrefour Market	
Saint-julien	CHÂTEAU LALANDE-BORIE	2017		●	24,90	★★	★★	Netto	
Saint-julien	CHÂTEAU LALANDE-BORIE	2016		●	23,92	★★	★★	Xo-Vin	
Saint-julien	CHÂTEAU MOULIN DE LA ROSE	2018		●	27,00	★★	★★★	Lavinia	
Saint-julien	CONNÉTABLE DE TALBOT - 2nd DE TALBOT	2020		●	22,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Saint-julien	CONNÉTABLE DE TALBOT - 2nd DE TALBOT	2019		●	21,87	★★	★★★	Casino	
Saint-julien	CONNÉTABLE DE TALBOT - 2nd DE TALBOT	2017		●	22,50	★★	★★	Intermarché	
Saint-julien	DULUC DE BRANAIRE-DUCRU - 2nd DE BRANAIRE-DUCRU	2018		●	24,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Saint-julien	DULUC DE BRANAIRE-DUCRU - 2nd DE BRANAIRE-DUCRU	2017		●	22,08	★★	★★	Vinothèque de Bx	
Saint-julien	DULUC DE BRANAIRE-DUCRU - 2nd DE BRANAIRE-DUCRU	2016		●	24,95	★★	★★	Carrefour Market	
Saint-julien	DULUC DE BRANAIRE-DUCRU - 2nd DE BRANAIRE-DUCRU	2015		●	22,90	★★	★★★	Intermarché	
Saint-julien	LES FIEFS DE LAGRANGE - 2nd DE LAGRANGE	2020		●	23,50	★★	★★	Auchan - Système U	
Saint-julien	LES FIEFS DE LAGRANGE - 2nd DE LAGRANGE	2019		●	20,95/21,06	★★	★★	Carrefour Hyper & Casino	
Saint-julien	LES FIEFS DE LAGRANGE - 2nd DE LAGRANGE	2018		●	22,85	★★	★★	Intermarché	
Saint-julien	LES FIEFS DE LAGRANGE - 2nd DE LAGRANGE	2017		●	22,85	★★	★★	Intermarché	
Saint-julien	LES FIEFS DE LAGRANGE - 2nd DE LAGRANGE	2014		●	18,24	★★	★★	Xo-Vin	
Saint-julien	PAVILLON DE LÉOVILLE-POYFERRÉ - 2nd VIN	2020		●	29,90	★★	★★	Système U	
Saint-julien	SARGET DE GRUAUD-LAROSE - 2nd DE GRUAUD-LAROSSE	2020		●	23,90	★★	★★	Système U	
Saint-julien	SARGET DE GRUAUD-LAROSE - 2nd DE GRUAUD-LAROSSE	2018		●	23,95/24,30	★★	★★	Intermarché - Casino	
Saint-julien	SARGET DE GRUAUD-LAROSE - 2nd DE GRUAUD-LAROSSE	2017		●	22,68/23,95	★★	★★	Casino - Intermarché	
PAUILLAC									
Pauillac	CHÂTEAU CROIZET-BAGES	2020	5e CC	●	29,95	★★	★★	Leclerc	
Pauillac	CHÂTEAU FONBADET	2017		●	27,95	★★	★★	Auchan	
Pauillac	CHÂTEAU HAUT-BAGES-MONPELOU	2018		●	23,95	★★	★★	Intermarché	
Pauillac	LACOSTE-BORIE - 2nd DE GRAND-PUY-LACOSTE	2019		●	24,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Pauillac	LACOSTE-BORIE - 2nd DE GRAND-PUY-LACOSTE	2018		●	24,90	★★	★★	Millésimes	
Pauillac	LACOSTE-BORIE - 2nd DE GRAND-PUY-LACOSTE	2014		●	18,39	★★	★★	Xo-Vin	
SAINT-ESTÈPHE									
Saint-estèphe	CHÂTEAU LAFON-ROCHET	2014	4e CC	●	29,90	★★	★★★	Intermarché	
Saint-estèphe	CHÂTEAU COS-LABORY	2020	5e CC	●	29,40	★★	★★	La Vignery	
Saint-estèphe	CHÂTEAU COS-LABORY	2019	5e CC	●	28,00	★★★	★★★	Système U	♥
Saint-estèphe	CHÂTEAU COS-LABORY	2017	5e CC	●	28,95	★★★	★★★	Carrefour Hyper	♥
Saint-estèphe	CHÂTEAU COS-LABORY	2015	5e CC	●	29,90	★★	★★	Intermarché	
Saint-estèphe	CHÂTEAU ANDRON-BLANQUET	2016		●	14,90	★★	★★★	Intermarché	
Saint-estèphe	CHÂTEAU CAPBERN	2018		●	27,50	★★	★★	Lavinia	
Saint-estèphe	CHÂTEAU CAPBERN	2016		●	24,90	★★	★★★	La Grande Épicerie	
Saint-estèphe	CHÂTEAU DE CÔME	2018		●	21,35	★★	★★	Vinatis	
Saint-estèphe	CHÂTEAU LAFFITTE-CARCASSET	2016		●	16,90	★★	★★	Intermarché	
Saint-estèphe	CHÂTEAU LAFFITE-CARCASSET	2015		●	13,95	★★	★★	Carrefour Market	
Saint-estèphe	CHÂTEAU LILIAN-LADOUYS	2020		●	18,95	★★	★★	Carrefour Hyper & Market	
Saint-estèphe	CHÂTEAU LILIAN-LADOUYS	2019		●	16,90	★★	★★	Intermarché	
Saint-estèphe	CHÂTEAU MEYNEY	2017		●	26,95/27,90	★★	★★	Carr. Hyper - Vinoth. de Bx	
Saint-estèphe	CHÂTEAU SÉGUR DE-CABANAC	2020		●	22,65	★★	★★★	La Vignery	
Saint-estèphe	CHÂTEAU TRONQUOY-LALANDE	2017		●	22,50	★★	★★	iDealwine	
Saint-estèphe	LES PÈLERINS DE LAFON-ROCHET - 2nd VIN	2019		●	18,90	★★	★★	Système U	

CC : cru classé. GCC : grand cru classé.
● Vin rouge ● Vin blanc ● Vin rosé ● Vin blanc moelleux ● Vin rouge moelleux ★ Satisfaisant ★★ Bon ★★★ Excellent

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1549263600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

DE 12 A 30 €

APPELLATION	DESIGNATION	MILL.	CLASS.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/ PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
Saint-estèphe	LES PÉLERINS DE LAFON-ROCHET - 2nd VIN	2016		●	22,50	★★	★★	Casino	
Saint-estèphe	LES PÉLERINS DE LAFON-ROCHET - 2nd VIN	2012		●	17,95	★★	★★	Intermarché	
Saint-estèphe	MARQUIS DE CALON - 2nd DE CALON-SÉGUR	2020		●	25,95	★★	★★★	Leclerc	
Saint-estèphe	MARQUIS DE CALON - 2nd DE CALON-SÉGUR	2017		●	23,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
PESSAC-LÉOGNAN									
Pessac-léognan	CHÂTEAU BOUSCAUT	2018	CC	●	27,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Pessac-léognan	CHÂTEAU BOUSCAUT	2017	CC	●	23,40	★★	★★	iDealwine	
Pessac-léognan	CHÂTEAU BOUSCAUT	2016	CC	●	29,95	★★	★★	Intermarché	
Pessac-léognan	CHÂTEAU BOUSCAUT	2015	CC	●	24,80	★★	★★	Xo-Vin	
Pessac-léognan	CHÂTEAU BROWN	2014	CC	●	24,50	★★	★★★	La Grande Épicerie	
Pessac-léognan	CHÂTEAU CARBONNIEUX	2020	CC	●	29,00	★★	★★★	Système U	
Pessac-léognan	CHÂTEAU CARBONNIEUX	2019	CC	●	29,90/29,95	★★	★★	Intermarché - Casino	
Pessac-léognan	CHÂTEAU CARBONNIEUX	2018	CC	●	28,65	★★	★★	Intermarché	
Pessac-léognan	CHÂTEAU CARBONNIEUX	2016	CC	●	28,65	★★★	★★★	Intermarché	
Pessac-léognan	CHÂTEAU DE FIEUZAL	2019	CC	●	29,40	★★★	★★★	La Vignery	♥
Pessac-léognan	CHÂTEAU LATOUR-MARTILLAC	2016	CC	●	29,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Pessac-léognan	CHÂTEAU OLIVIER	2020	CC	●	25,90	★★	★★	Intermarché	
Pessac-léognan	CHÂTEAU OLIVIER	2020	CC	●	24,90	★★	★★	Système U	
Pessac-léognan	CHÂTEAU OLIVIER	2015	CC	●	27,50	★★	★★★	Casino	
Pessac-léognan	CHÂTEAU COUHINS	2018		●	21,90	★★	★★	Intermarché	
Pessac-léognan	CHÂTEAU DE ROCHEMORIN	2017		●	17,60	★★	★★★	Vinatis	
Pessac-léognan	CHÂTEAU FERRAN	2018		●	14,52	★★	★★	Vinothèque de Bx	
Pessac-léognan	CHÂTEAU HAUT-BERGEY	2019		●	16,90	★★	★★★	Wineandco	♥
Pessac-léognan	CHÂTEAU HAUT-BERGEY	2018		●	19,95/21,60	★★	★★	Carrefour Hyper & Millésimes	
Pessac-léognan	CHÂTEAU HAUT-BERGEY	2015		●	18,90	★★	★★★	Intermarché	
Pessac-léognan	CHÂTEAU HAUT-NOUCHET	2018		●	18,90	★★	★★	Intermarché	
Pessac-léognan	CHÂTEAU LA LOUVIÈRE	2018		●	24,90	★★	★★	Carrefour Hyper & Market	
Pessac-léognan	CHÂTEAU LAFONT-MENAUT	2020		●	12,50	★★	★★	Veepee	
Pessac-léognan	CHÂTEAU LAFONT-MENAUT	2019		●	13,49	★★	★★	Xo-Vin	
Pessac-léognan	CHÂTEAU LAMOTHE -BOUSCAUT	2018		●	18,90	★★	★★	La Vignery	
Pessac-léognan	CHÂTEAU LARRIVET-HAUT-BRION	2015		●	29,95	★★	★★★	Casino	
Pessac-léognan	CHÂTEAU LE SARTRE	2016		●	15,50	★★	★★	Intermarché	
Pessac-léognan	CHÂTEAU PICQUE-CAILLOU	2016		●	18,90	★★	★★★	Intermarché	
Pessac-léognan	CHÂTEAU PONTAC-MONPLAISIR	2017		●	13,50	★★	★★	Intermarché	
Pessac-léognan	CLOS MARSALETTE	2019		●	19,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	♥
Pessac-léognan	CLOS MARSALETTE	2016		●	21,90	★★	★★★	Intermarché	
Pessac-léognan	DOMAINE DE LA SOLITUDE	2018		●	19,50/19,95	★★	★★	Inter & Carrefour Hyper	
Pessac-léognan	L'ESPRIT DE CHEVALIER - 2nd DE DOMAINE DE CHEVALIER	2019		●	19,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Pessac-léognan	L'ESPRIT DE CHEVALIER - 2nd DE DOMAINE DE CHEVALIER	2018		●	22,49	★★	★★	Intermarché	
Pessac-léognan	L'ESPRIT DE CHEVALIER - 2nd DE DOMAINE DE CHEVALIER	2018		●	22,49	★★	★★★	Intermarché	
Pessac-léognan	L'ESPRIT DE CHEVALIER - 2nd DE DOMAINE DE CHEVALIER	2017		●	22,49	★★	★★★	Intermarché	
Pessac-léognan	L'ESPRIT DE CHEVALIER - 2nd DE DOMAINE DE CHEVALIER	2016		●	22,49	★★	★★★	Intermarché	
Pessac-léognan	L'ESPRIT DE CHEVALIER - 2nd DE DOMAINE DE CHEVALIER	2016		●	22,49	★★	★★★	Intermarché	♥
Pessac-léognan	L'ABEILLE DE FIEUZAL - 2nd DE DE FIEUZAL	2019		●	18,95	★★	★★	Carrefour Market	
Pessac-léognan	L'ABEILLE DE FIEUZAL - 2nd DE DE FIEUZAL	2018		●	17,48/18,95	★★	★★	Casino - Xo-Vin	
Pessac-léognan	LA PARDE DE HAUT-BAILLY - 2nd DE HAUT-BAILLY	2016		●	28,55	★★	★★★	Xo-Vin	
Pessac-léognan	LA RÉSERVE DE MALARTIC - 2nd VIN	2018		●	18,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Pessac-léognan	LA RÉSERVE DE MALARTIC - 2nd VIN	2015		●	18,90	★★	★★	Intermarché	
Pessac-léognan	LES HAUTS DE SMITH - 2nd DE SMITH-HAUT-LAFITTE	2019		●	25,90	★★	★★	Netto	
Pessac-léognan	LES HAUTS DE SMITH - 2nd DE SMITH-HAUT-LAFITTE	2016		●	27,90	★★	★★	La Grande Épicerie	
GRAVES									
Graves	CHÂTEAU CRABITEY	2019		●	13,90	★★	★★	Monoprix	
Graves	CHÂTEAU DE CÉRONS	2019		●	15,19	★★	★★	Xo-Vin	
Graves	CHÂTEAU DE CHANTEGRIVE	2020		●	12,02	★★	★★	La Vignery	
Graves	CHÂTEAU DE CHANTEGRIVE	2019		●	13,50/13,95	★★	★★	Inter & Carrefour Hyper	
Graves	CHÂTEAU DES FOUGÈRES - CLOS MONTESQUIEU	2014		●	12,50	★★	★★★	Twil	
Graves	CLOS FLORIDÈNE	2015		●	13,60	★★	★★★	Xo-Vin	♥
Graves	VILLA BEL-AIR	2016		●	14,90	★★	★★	Lavinia	
FRONSAC									
Fronsac	CHÂTEAU CARLMAGNUS	2018		●	12,95	★★★	★★★	Carrefour Hyper	♥
Fronsac	CHÂTEAU DALEM	2019		●	18,90	★★	★★	iDealwine	
Fronsac	CHÂTEAU LA DAUPHINE	2018		●	17,91	★★	★★	Vinothèque de Bx	
Canon-Fronsac	CHÂTEAU CANON-SAINT-MICHEL	2018		●	12,90	★★	★★	Casino	
POMEROL									
Pomerol	CHÂTEAU BEL-AIR	2015		●	23,90	★★	★★	Intermarché	
Pomerol	CHÂTEAU BELLEGRAVE	2016		●	29,90	★★	★★★	Intermarché	
Pomerol	CHÂTEAU FAYAT	2018		●	29,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Pomerol	CHÂTEAU FERRAND	2018		●	20,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Pomerol	CHÂTEAU LA POINTE	2011		●	28,95	★★	★★★	Intermarché	
Pomerol	CHÂTEAU LA RENAISSANCE	2020		●	24,50	★★	★★★	La Vignery	
Pomerol	CHÂTEAU MAZEYRES	2019		●	24,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Pomerol	CHÂTEAU PLINCETTE	2015		●	17,45	★★	★★	Netto	
Pomerol	CHÂTEAU TAILLEFER	2018		●	25,90	★★	★★	Netto	
Pomerol	CHÂTEAU TAILLEFER	2016		●	25,90	★★	★★	Intermarché	
Pomerol	CHÂTEAU TOUR-MAILLET	2016		●	29,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Pomerol	CHÂTEAU VIEUX-MAILLET	2019		●	26,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Pomerol	CLOS RENÉ	2020		●	26,50	★★	★★	Auchan	
Pomerol	FUGUE DE NENIN - 2nd DE NENIN	2014		●	28,80	★★	★★	La Grande Épicerie	
LALANDE-DE-POMEROL									
Lalande-de-pomerol	CHÂTEAU HAUTS-CONSEILLANTS	2015		●	18,80	★★	★★	Vinatis	
Lalande-de-pomerol	CHÂTEAU JEAN DE GUÉ	2016		●	14,95	★★	★★	Intermarché	
Lalande-de-pomerol	CHÂTEAU LA PENSÉE	2019		●	14,99	★★	★★	Vinatis	
Lalande-de-pomerol	CHÂTEAU PAVILLON-BEAUREGARD	2016		●	19,90	★★	★★	Wineandco	

CC: cru classé. GCC: grand cru classé.
● Vin rouge ● Vin blanc ● Vin rosé ● Vin blanc moelleux ● Vin rouge moelleux ★ Satisfaisant ★★ Bon ★★★ Excellent

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1549263600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

DE 12 À 30 €

APPELLATION	DESIGNATION	MILL.	CLASS.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/ PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
Lalande-de-pomerol	CHÂTEAU PERRON	2018		●	16,99	★★	★★	Monoprix	
Lalande-de-pomerol	CHÂTEAUX DES ANNEREAUX	2018		●	18,90	★★	★★★	Vinothèque de Bx	
SAINT-ÉMILION									
Saint-émilion	CHÂTEAU GRAND-CORBIN-DESPAGNE	2015	GCC	●	26,88	★★★	★★★	Xo-Vin	
Saint-émilion	CHÂTEAU LARMANDE	2019	GCC	●	25,92	★★	★★	Casino	
Saint-émilion	CHÂTEAU FONROQUE	2015	GCC	●	25,90	★★	★★★	Intermarché	
Saint-émilion	CHÂTEAU ARCOLE	2019	GC	●	19,50	★★	★★★	Monoprix	
Saint-émilion	CHÂTEAU BELLISLE-MONDOTTE	2017	GC	●	18,90	★★	★★	Intermarché	
Saint-émilion	CHÂTEAU MARTINET	2020	GC	●	15,90	★★	★★	La Vignery	
Saint-émilion	CHÂTEAU SIMARD	2020	GC	●	16,90	★★	★★	Système U	
Saint-émilion	CHÂTEAU TAUZINAT-L'HERMITAGE	2019	GC	●	15,75	★★	★★	Vinatis	
Saint-émilion	CHÂTEAU CANTENAC	2016		●	13,25	★★	★★	Netto	
Saint-émilion	CHÂTEAU PETIT-FAURIE-DE-SOUTARD	2015		●	22,90	★★	★★	Intermarché	
Saint-émilion	LA CLOSERIE DE FOURTET	2018		●	29,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Saint-émilion	CLOS LA GAFFELIÈRE - 2nd DE LA GAFFELIÈRE	2019		●	21,50/22,80	★★	★★	Casino - Xo-Vin	
Saint-émilion	CLOS LA GAFFELIÈRE - 2nd DE LA GAFFELIÈRE	2018		●	21,87	★★	★★★	Casino	
SATELLITES DE SAINT-ÉMILION									
Montagne-saint-émilion	MIRANDE DE FRANC-BAUDRON	2020		●	14,40	★★	★★	Vinothèque de Bx	
Puisseguin-saint-émilion	CHÂTEAU DUBARD-BEL-AIR	2018		●	12,15	★★	★★	La Vignery	
Saint-georges-saint-émilion	CHÂTEAU CAP SAINT-GEORGES	2018		●	17,90	★★	★★	Netto	
LES CÔTES									
Blaye-côtes-de-bordeaux	CHÂTEAU MONTFOLLET - LE VALENTIN - MAGNUM	2020		●	16,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Castillon-côtes-de-bordeaux	CHÂTEAU D'AIGUILHE	2016		●	20,00/21,95	★★	★★	Xo-Vin - Carrefour Hyper	
Castillon-côtes-de-bordeaux	CHÂTEAU D'AIGUILHE	2011		●	18,28	★★	★★★	Xo-Vin	
Francs-côtes-de-bordeaux	CHÂTEAU LA PRADE	2018		●	12,76	★★	★★★	Vinothèque de Bx	♥
Côtes-de-bourg	CHÂTEAU FOUGAS-MALDOROR	2018		●	13,40	★★	★★	Monoprix	
SAUTERNES									
Sauternes	CHÂTEAU LAFAURIE-PEYRAGUEY - 37,5CL	2018	1er CC	●	23,90	★★	★★	Intermarché	
Sauternes	CHÂTEAU RABAUD-PROMIS	2015	1er CC	●	18,90/19,90	★★★	★★★	Netto - Intermarché	
Sauternes	CARMES DE RIEUSSEC - 2nd DE RIEUSSEC	2018	1er CC	●	18,90	★★	★★★	Casino	
Sauternes	CHÂTEAU LA TOUR-BLANCHE - 50CL	2015	1er CC	●	24,49	★★	★★★	Intermarché	
Sauternes	CHÂTEAU CLOSIOT - 50CL	2011		●	14,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Barsac	CHÂTEAU SIMON	2003		●	20,00	★★★	★★★	Les Dnes qui montent	♥
Loupiac	CHÂTEAU DU CROS	2017		●	14,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Cérons	CHÂTEAU DE CÉRONS	2011		●	18,90	★★	★★★	Xo-Vin	
ALSACE									
Alsace riesling	DOMAINE MURÉ - CALCAIRES JAUNES	2019		●	14,95	★★	★★★	Carrefour Market	
Alsace riesling	TRIMBACH	2020		●	17,70	★★★	★★★	Casino	
Alsace riesling	ZIND HUMBRECHT - ROCHE CALCAIRE	2020		●	22,80	★★	★★★	Millésimes	
Alsace riesling GC Kaefferkopf	JEAN-BAPTISTE ADAM - VIEILLES VIGNES	2018		●	16,30	★★	★★★	Veepee	
Alsace gewurztraminer	DOMAINE WEINBACH - LES TREILLES DU LOUP	2020		●	27,00	★★★	★★★	Vinothèque de Bx	
Alsace gewurztraminer VT	JEAN-BAPTISTE ADAM	2018		●	19,90	★★	★★★	Veepee	
Alsace gewurztraminer VT	DOMAINE FERNAND ENGEL	2019		●	13,50	★★	★★★	Système U	
Alsace gewurztraminer GC	GUSTAVE LORENTZ	2013		●	19,60	★★★	★★★	Vinatis	♥
Alsace pinot gris SGN - 50cl	DOMAINE FERNAND ENGEL	2015		●	15,95	★★	★★★	Système U	
Alsace pinot gris GC	DOPFF AU MOULIN - SIGNATURE	2019		●	12,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
BOURGOGNE									
Bourgogne	DOMAINE DAVID DUBAND	2017		●	16,50	★★	★★★	La Grande Épicerie	
Bourgogne	DOMAINE THIERRY MORTET - LES TERROIRS DE DAIX	2018		●	15,50	★★	★★	La Grande Épicerie	
Bourgogne	LOUIS JADOT - COUVENT DES JACOBINS	2019		●	13,90	★★	★★	Wineandco	
Bourgogne	LOUIS JADOT - COUVENT DES JACOBINS	2020		●	14,90	★★	★★	Wineandco	
Bourgogne	OLIVIER GUYOT	2018		●	15,90	★★	★★★	Millésimes	
Bourgogne	BOUCHARD PÈRE & FILS - MAGNUM	2019		●	22,50	★★	★★	Système U	
Bourgogne aligoté	DOMAINE JEAN-MARC BOULEY	2019		●	12,90	★★	★★★	Lavinia	
Aloxe-corton	VINCENT RAVAUT	2018		●	25,99	★★	★★★	Intermarché	♥
Auxey-duresses	DOMAINE VINCENT PRUNIER	2019		●	19,90/19,95	★★	★★	Inter. - Carrefour Hyper	
Auxey-duresses	DOMAINE LAFOUGE JEAN & GILLLES - LES BOUTONNIÈRES	2017		●	27,50	★★	★★★	La Grande Épicerie	
Beaune	DOMAINE LAMY PILLOT - LES BLANCHES FLEURS	2018		●	30,00	★★	★★	Les Dnes qui montent	
Beaune	JEAN-LUC JOILLOT - MONTAGNE SAINT-DÉSIRÉ	2017		●	25,00	★★	★★	Les Dnes qui montent	
Beaune 1er Cru	BOUCHARD PÈRE & FILS	2017		●	25,50	★★	★★	Intermarché	
Beaune 1er Cru Clos-du-Roy	BOUCHARD PÈRE & FILS	2017		●	30,00	★★	★★	Intermarché	
Beaune 1er Cru Les Avaux	BOUCHARD PÈRE & FILS	2017		●	29,90	★★	★★★	Intermarché	
Bouzeron	DOMAINE DE VILLAINE	2020		●	21,60	★★	★★	iDealwine	
Chablis	DOMAINE DE VAUROUX	2020		●	13,30	★★	★★	Vinatis	
Chablis	LA CHABLISIENNE LA SEREINE	2018		●	15,50/15,60	★★	★★★	La Vignery - Millésimes	
Chablis 1er Cru Fourchaume	LA CHABLISIENNE	2018		●	23,95	★★	★★	Carrefour Market	
Chablis 1er Cru Vau-de-Vey	JEAN-MARC BROCARD	2018		●	20,52	★★	★★	Xo-Vin	
Chablis 1er Cru Montmains	JEAN-MARC BROCARD	2019		●	22,05	★★	★★	Xo-Vin	
Chablis 1er Cru Fouchaume	WILLIAM FÈVRE	2018		●	24,00	★★	★★★	Intermarché	
Chablis 1er Cru Vaillons	WILLIAM FÈVRE	2016		●	22,95	★★	★★★	Intermarché	
Chablis 1er Cru Vaillons	WILLIAM FÈVRE	2017		●	23,90	★★★	★★★	Intermarché	♥
Chassagne-montrachet	DOMAINE BOUZEREAU-GRUÈRE & FILLES	2019		●	29,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Chassagne-montrachet 1er Cru	DOMAINE LAMY PILLOT - 1er CRU MORGEOT	2018		●	30,00	★★	★★	Les Dnes qui montent	
Chorey-lès-beaune	DOMAINE EDMOND CORNU & FILS - LES BONS ORES	2019		●	22,78	★★	★★	Xo-Vin	
Chorey-lès-beaune	DOMAINE EDMOND CORNU & FILS	2019		●	23,85	★★	★★	Vinothèque de Bx	
Chorey-lès-beaune	DOMAINE CACHAT OCQUIDANT	2019		●	25,00	★★	★★	Monoprix	
Givry	DOMAINE MICHEL SARRAZIN	2020		●	18,36	★★	★★	Xo-Vin	
Givry	DOMAINE RAGOT - TEPPE DE CHENÈVES	2018		●	19,80	★★	★★	iDealwine	
Givry 1er Cru Clos-de-Choué	DOMAINE CHOFFLET-VALDENAIRE	2018		●	23,40	★★	★★	Vinothèque de Bx	
Hautes-côtes-de-beaune	HOFFMANN-JAYER (ANCIENNEMENT JAYER-GILLES)	2018		●	22,50	★★	★★	iDealwine	
Ladoix	DOMAINE CHEVALIER	2019		●	25,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Ladoix	DOMAINE EDMOND CORNU & FILS - CLOS DICONNE	2017		●	20,07	★★	★★	Vinothèque de Bx	
Ladoix 1er Cru La Corvée	VINCENT RAVAUT	2017		●	25,85	★★	★★★	Casino	

CC : cru classé. GCC : grand cru classé.
● Vin rouge ● Vin blanc ● Vin rosé ● Vin blanc moelleux ● Vin rouge moelleux ★ Satisfaisant ★★ Bon ★★★ Excellent

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1549263600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

DE 12 A 30 €

APPELLATION	DESIGNATION	MILL.	CLASS.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/ PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
Mâcon	DOMAINE DE LA ROCHETTE	2020		●	13,90	★★	★★	Monoprix	
Mâcon	DOMAINE GUILLOT-BROUX	2017		●	13,90	★★	★★	La Grande Épicerie	
Mâcon - Les-Perrières	DOMAINE GUILLOT-BROUX	2017		●	20,90	★★★	★★★	La Grande Épicerie	
Macôn-fuissé	DENOGENT ROBERT - LES SARDINES	2020		●	16,20	★★	★★	Millésimes	
Mâcon-fuissé	OLIVIER GIROUX - BLANCHES TERRES	2020		●	19,90	★★	★★	Wineandco	
Maranges 1er Cru La-Fussière	DOMAINE MAURICE CHARLEUX & FILS	2020		●	17,95	★★	★★	Intermarché	
Marsannay	DOMAINE DEREY FRÈRES	2019		●	18,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Marsannay - Clos du Roy	DOMAINE JEAN FOURNIER	2018		●	28,80	★★	★★	iDealwine	
Mercurey	CHÂTEAU DE CHAMIREY	2018		●	22,25	★★	★★	Xo-Vin	
Mercurey	DOMAINE MEIX-FOULOT	2020		●	23,40	★★	★★	Vinothèque de Bx	
Mercurey	DOMAINE MEIX-FOULOT - CLOS DU CH. DE MONTAIGU	2019		●	27,00	★★	★★	Vinothèque de Bx	
Meursault	DOMAINE FABIEN COCHE	2017		●	24,50	★★	★★	La Grande Épicerie	
Montagny 1er Cru	DOMAINE YANN FLANDRE	2019		●	14,80	★★	★★	Intermarché	
Montagny 1er Cru	DOMAINE YANN FLANDRE	2020		●	14,80	★★	★★	Intermarché	
Monthélie	DOMAINE ÉRIC BOIGELOT	2017		●	15,50	★★	★★	Casino	
Pernand-vergelesses 1er Cru	DOMAINE AURÉLIE BERTHOD – 1er CRU LES FICHOTS	18/19		●	25,45	★★	★★★	Système U	♥
Pommard	DOMAINE CYROT-BUTHIAU	2020		●	24,99	★★	★★★	Auchan	
Pouilly-loché	CAVE DES GRANDS CRUS BLANCS	2020		●	12,50/12,95	★★	★★	Leclerc - Casino	
Pouilly-vinzelles	CAVE DES GRANDS CRUS BLANCS	2020		●	12,50/12,95	★★	★★	Casino - Système U	
Rully	DOMAINE DES CHAUCHOUX	2019		●	21,90	★★	★★★	Monoprix	
Rully - Clos du Chapitre	DOMAINE JAEGER-DEFAIX	2018		●	28,90	★★	★★	La Grande Épicerie	
Saint-véran - Les Cras	TERRES SECRÈTES	2019		●	15,00	★★	★★	La Vignery	
Saint-véran	RIJCKAERT ROUVE	2018		●	14,99	★★	★★	Intermarché	
Santenay 1er Cru Les-Cabottes	LES FRÈRES MUZARD	2020		●	21,90	★★	★★★	Leclerc	
Santenay 1er Cru Beauregard	DOMAINE JULIE BELLAND	2018		●	26,90	★★	★★★	Intermarché	
Savigny-lès-beaune	JEAN-MICHEL GIBOULOT	2020		●	21,50	★★	★★	Intermarché	
Savigny-lès-beaune	JEAN-MICHEL GIBOULOT	2019		●	18,50	★★	★★	Casino	
Savigny-lès-beaune - Godeaux	SEGUIN-MANUEL	2018		●	22,95	★★	★★	Veepee	
Savigny-lès-beaune 1er Cru	JEAN-MICHEL GIBOULOT – 1er CRU AUX FOURNAUX	2019		●	24,80/24,95	★★	★★	Inter & Carrefour Hyper	
Viré-clessé	DOMAINE GONDARD	2021		●	12,85	★★	★★	Leclerc	
Volnay	DOMAINE ÉRIC BOIGELOT	2019		●	20,95	★★	★★★	Casino	♥
BEAUJOLAIS									
Brouilly	CHÂTEAU THIVIN - REVERDON	2021		●	12,90	★★	★★	Monoprix	
Fleurie	JEAN-PAUL BRUN - PROFIL ROUGE	2021		●	13,90	★★	★★★	Monoprix	
Morgon	CHÂTEAU DES JACQUES	2019		●	13,95	★★	★★★	Monoprix	
Morgon	DOMAINE DES MARRANS - CORCELETTE	2020		●	12,90	★★	★★★	La Grande Épicerie	
Moulin-à-vent	CHÂTEAU DES JACQUES	2019		●	16,60	★★	★★★	Vinatis	
Moulin-à-vent	DOMAINE YOHAN LARDY - LES MICHELONS	2020		●	15,90	★★	★★	La Grande Épicerie	
Moulin-à-vent	PAUL JANIN & FILS - ECLATS DE GRANIT	2020		●	12,50	★★★	★★★	Intermarché	♥
VAL DE LOIRE									
Anjou	DOMAINE BAUDOUIN-FRESNAYE	2018		●	19,50	★★	★★	La Vignery	
Anjou	DOMAINE BAUDOUIN - EFFUSION	2019		●	18,90	★★	★★★	La Grande Épicerie	♥
Touraine	DOMAINE DE LA GRANGE-TIPHAINE - BÉCARRE	2018		●	16,90	★★	★★★	Wineandco	
Bourgueil	DOMAINE DU BEL-AIR - JOUR DE SOIF	2019		●	12,60	★★	★★★	iDealwine	
Bourgueil	YANNICK AMIRAULT - COTE S0	2021		●	12,00	★★★	★★★	La Vignery	♥
Menetou-salon	DOMAINE FOURNIER - CÔTES-DE-MOROGUES	2020		●	12,90	★★	★★★	Leclerc	
Menetou-salon	DOMAINE PHILIPPE GILBERT	2018		●	15,71	★★	★★★	Xo-Vin	♥
Menetou-salon	DOMAINE PHILIPPE GILBERT	2020		●	16,50	★★	★★★	La Grande Épicerie	
Muscadet-sèvre-et-maine-sur-lie	JO LANDRON - AMPHIBOLITE NATURE	2020		●	13,45	★★	★★★	Lavinia	
Pouilly-fumé	DOMAINE BOUCHIÉ CHATELLIER - LES SATINS	2021		●	13,50	★★	★★	Intermarché	
Pouilly-fumé	DOMAINE JONATHAN & DIDIER PABIOT - ELISA	2021		●	17,00	★★	★★★	Wineandco	
Pouilly-fumé	DOMAINE LANDRAT-GUYOLLOT - CUVÉE PIERRE LOUIS	2019		●	13,95	★★	★★★	La Vignery	
Pouilly-fumé	DOMAINE MARCHAND	2021		●	12,99	★★	★★★	Intermarché	
Pouilly-fumé	JOSEPH MELLOT - LE CHANT DES VIGNES	2020		●	12,90	★★	★★	Nicolas	
Pouilly-fumé	VIGNOBLE CLÉMENT & FLORIAN BERTHIER	2020		●	16,20	★★	★★★	La Grande Épicerie	
Reuilly	DOMAINE DU TREMBLAY - LES DEMOISELLES TATIN	2021		●	12,50	★★	★★	Les Dnes qui montent	
Saint-nicolas-de-bourgueil	FRÉDÉRIC MABILEAU - LES ROUILLÈRES	2020		●	13,90	★★	★★★	La Grande Épicerie	
Sancerre	ALPHONSE MELLOT - LA MOUSSIÈRE	2021		●	20,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Sancerre	DOMAINE FOURNIER PÈRE & FILS - LES BELLES VIGNES	2019		●	13,90	★★	★★	Vinatis	
Sancerre	DOMAINE LUCIEN CROCHET - LES CALCAIRES	2018		●	18,00	★★	★★★	iDealwine	♥
Sancerre	DOMAINE ROBLIN - LES FOSSILES	2021		●	15,50	★★	★★★	Intermarché	
Sancerre	DOMAINE ROBLIN - TERRES BLANCHES	2021		●	19,90	★★	★★	Monoprix	
Sancerre	ENCLOS DE MAIMBRAY - DOMAINE ROBLIN	2020		●	18,55	★★	★★★	Netto	
Sancerre	DOMAINE THOMAS ET FILS - LE PIERRIER	2021		●	16,80	★★	★★	La Grande Épicerie	
Sancerre	SANCERRE PAUL PRIEUR & FILS	2018		●	14,90	★★	★★	Lavinia	
Sancerre	SANCERRE PAUL PRIEUR & FILS - LA COMÈTE	2018		●	14,90	★★	★★	Lavinia	
Sancerre	VIGNOBLE CLÉMENT & FLORIAN BERTHIER	2020		●	17,80	★★	★★	La Grande Épicerie	
Saumur	DOMAINE ANTOINE SANZAY - LA PATERNE	2019		●	13,90	★★	★★	La Grande Épicerie	
Saumur	DOMAINE DES GUYONS - VENT DU NORD	2021		●	12,95	★★	★★	Nysa	
Saumur-champigny	DOMAINE DES ROCHES-NEUVES	2020		●	14,40	★★	★★★	Millésimes	
Savennières	CHÂTEAU D'EPIRÉ - COMTESSE DE LAS CASES	2018		●	15,05	★★	★★★	Twil	
Savennières	CHÂTEAU D'EPIRÉ - LA CROIX PICOT	2019		●	24,23	★★	★★★	Twil	
Vouvray	DOMAINE FRANCOIS PINON - ARGILE	2020		●	12,50	★★	★★★	Wineandco	
JURA									
Arbois	FRUITIÈRE VINICOLE D'ARBOIS - BÉTHANIE - MAGNUM	2017		●	22,95	★★	★★	Casino	
Arbois	FRUITIÈRE VINICOLE D' ARBOIS - CHARDONNAY/SAVAGNIN	2018		●	12,59	★★	★★★	La Vignery	
SAVOIE									
Savoie	ADRIEN BERLIOZ - CUVÉE OCTAVIE	2020		●	21,00	★★★	★★★	Lavinia	♥
Savoie	DOMAINE DES CÔTES-ROUSSES - COTEAU DE LA MORT	2019		●	29,30	★★★	★★★	Lavinia	
Savoie	DOMAINE DES CÔTES-ROUSSES - MONT-BLANC	2019		●	14,70	★★★	★★★	Lavinia	
Savoie mondeuse	JEAN-FRANÇOIS QUÉNARD - ÉLISA	2018		●	17,55	★★	★★	iDealwine	
Savoie mondeuse	PASCAL ET ANNICK QUÉNARD - LUNATIQUE	2019		●	20,90	★★★	★★★	Lavinia	♥
Savoie chignin	PASCAL ET ANNICK QÉENARD - VIEILLES VIGNES	2019		●	14,80	★★★	★★★	Lavinia	

CC: cru classé. GCC: grand cru classé.
● Vin rouge ● Vin blanc ● Vin rosé ● Vin blanc moelleux ● Vin rouge moelleux ★Satisfaisant ★★Bon ★★★Excellent

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1549263600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

DE 12 A 30 €

APPELLATION	DESIGNATION	MILL.	CLASS.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/ PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
Savoie chignin-bergeron	DOMAINE CHARLES GONNET	2020		●	13,00	★★	★★★	Vinatis	
VALLÉE DU RHÔNE									
Côtes-du-rhône	DOMAINE GRAMENON - POIGNÉE DE RAISINS	2021		●	12,90	★★	★★★	Lavinia	
Côtes-du-rhône	DOMAINE LE CLOS-DU-CAILLOU - LES B. DES GARRIGUES	2018		●	14,90	★★	★★	La Grande Épicerie	
Côtes-du-rhône	DOMAINE RICHAUD - TERRE DE GALETS	2020		●	11,90/12,60	★★	★★★	Mill. & Vinothèque de Bx	
Cairanne	BRUSSET - VIEILLES VIGNES	2021		●	14,20	★★	★★★	Twil	
Châteauneuf-du-pape	CHÂTEAU FORTIA	2019		●	22,00	★★	★★★	Twil	
Châteauneuf-du-pape	DOMAINE DE LA PRÉSIDENTE	2020		●	20,03	★★	★★	Casino	
Châteauneuf-du-pape	DOMAINE DU VIEUX-TÉLÉGRAPHE - TÉLÉGRAMME	2019		●	28,90	★★	★★★	La Grande Épicerie	
Châteauneuf-du-pape	XAVIER VIGNON - CUVÉE ANONYME	2016		●	28,90/29,90	★★★	★★★	Vinatis - Wineandco	♥
Condrieu	CHRISTOPHE PICHON	2020		●	27,40/27,50	★★	★★★	Intermarché - Système U	
Condrieu	LES VINS DE VIENNE	2020		●	27,95	★★	★★	Intermarché	
Cornas	CAVE DE TAIN - NOBLES RIVES	2018		●	22,50	★★	★★	Vinatis	
Cornas	DOMAINE COURBIS - LES AGATHES	2020		●	22,50	★★	★★	Leclerc	
Cornas	MAISON PAUL JABOULET AÎNÉ - LES GRANDES TERRASSES	2017		●	25,99	★★	★★★	Vinatis	
Cornas	PAUL JABOULET AÎNÉ - LES GRANDES TERRASSES	2019		●	24,95	★★	★★★	Intermarché	
Costières-de-nîmes	DOMAINE KREYDENWEISS - KA ROUGE	2015		●	16,90	★★	★★★	Wineandco	
Crozes-hermitage	CUILLERON-VILLARD-GAILLARD	2020		●	12,50	★★	★★	Système U	
Crozes-hermitage	DOMAINE COMBIER	2021		●	14,90	★★	★★★	Lavinia	
Crozes-hermitage	DOMAINE COURBIS - AU BEAU SÉJOUR	2019		●	16,50	★★	★★	Wineandco	
Crozes-hermitage	E. GUIGAL	2019		●	15,95	★★	★★	Carrefour Market	
Crozes-hermitage	M. CHAPOUTIER - LES MEYSONNIERS	2019		●	14,90	★★	★★	Vinatis	
Crozes-hermitage	MAISON FERRATON	2019		●	14,40	★★	★★	Intermarché	
Crozes-hermitage	MAISON FERRATON - LA MATINIÈRE	2020		●	14,50	★★	★★	Monoprix	
Crozes-hermitage	PAUL JABOULET AÎNÉ - LES JALETS	2019		●	12,50	★★	★★★	Vinatis	
Gigondas	BRUSSET - LE GRAND MONTMIRAIL	2021		●	17,20	★★	★★	Twil	
Gigondas	FAMILLE PERRIN - LA GILLE	2019		●	15,10	★★	★★	Vinatis	
Gigondas	LAURENT BROTTE	2019		●	14,67/14,85	★★	★★	Casino - Intermarché	
Hermitage	CAVE DE TAIN - LES HAUTS DE PAVIÈRES	2018		●	29,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Saint-joseph	CAVE DE TAIN - EXPLORATION	2019		●	14,90	★★	★★	Vinatis	
Saint-joseph	DOMAINE CUILLERON - LES PIERRES SÈCHES	2017		●	17,50	★★★	★★★	La Grande Épicerie	♥
Saint-joseph	DOMAINE PIERRE GAILLARD - CLOS DE CUMINAILLE	2017		●	23,00	★★	★★★	La Grande Épicerie	
Saint-joseph	GAILLARD-CUILLERON-VILLARD	2019		●	13,25	★★	★★	Netto	
Saint-joseph	LES VINS DE VIENNE - LES FARNAUDS	2018		●	14,50	★★	★★	Intermarché	
Saint-joseph	M. CHAPOUTIER	2018		●	18,50	★★	★★	Intermarché	
Saint-joseph	MAISON PAUL JABOULET AÎNÉ - LE GRAND POMPÉE	2020		●	16,50	★★	★★	Vinatis	
Saint-joseph	VINS DE VIENNE L'ARZELLE	2019		●	22,50	★★	★★★	La Vignery	
Saint-joseph	YVES CUILLERON - LES PIERRES SÈCHES	2020		●	20,69	★★	★★	La Vignery	
Saint-péray	CAVE DE TAIN - NOBLES RIVES	2020		●	14,30	★★	★★★	Vinatis	
Saint-péray	FAMILLE PIERRE GAILLARD	2021		●	16,50/17,25	★★	★★	Intermarché - Casino	
Saint-péray	M. CHAPOUTIER - LES TANNEURS	2020		●	15,29	★★	★★	Xo-Vin	
LANGUEDOC									
Languedoc	DOMAINE ALAIN CHABANON - CAMPREDON	2018		●	14,90	★★★	★★★	Wineandco	♥
Languedoc	DOMAINE CLAVEL - COPA SANTA	2018		●	21,50	★★★	★★★	Lavinia	
Languedoc	LES VIGNES OUBLIÉES - AUTOUR DU CINSAULT	2020		●	13,50	★★★	★★★	iDealwine	
Languedoc	MAS GRANIER - LES GRÈS	2019		●	12,20	★★	★★★	La Grande Épicerie	
Languedoc	MYLÈNE BRU - FAR OUEST	2019		●	23,80	★★★	★★★	Lavinia	♥
Languedoc-montpeyroux	DOMAINE D'AUPILHAC - LES TRUFFIÈRES	2017		●	12,95/13,50	★★★	★★★	Carrefour Hyper - Inter.	
Languedoc-montpeyroux	DOMAINE D'AUPILHAC - LES TRUFFIÈRES	2015		●	12,90	★★★	★★★	Intermarché	
Pic-saint-loup	HECHT & BANNIER	2021		●	12,30	★★	★★★	Monoprix	
Pic-saint-loup	MAS FOULAQUIER - L'ORPHÉE	2018		●	16,90	★★	★★★	Wineandco	
Terrasses-du-larzac	CHÂTEAU DE JONQUIÈRES - BARONNIES	2019		●	17,00	★★★	★★★	Wineandco	
Terrasses-du-larzac	LES VIGNES OUBLIÉES - JEAN-BAPTISTE GRANIER	2020		●	19,50	★★★	★★★	Lavinia	
Terrasses-du-larzac	LES VIGNES OUBLIÉES - JEAN-BAPTISTE GRANIER	2019		●	17,91	★★★	★★★	iDealwine	
Terrasses-du-larzac	MAS CAL DEMOURA - TERRE DE JONQUIÈRES	2017		●	19,50	★★★	★★★	La Grande Épicerie	♥
Terrasses-du-larzac	MAS CAL DEMOURA - TERRE DE JONQUIÈRES	2020		●	21,90	★★★	★★★	Millésimes	
Saint-chinian	CHÂTEAU FONSALADE	2018		●	14,00	★★	★★	Twil	
Saint-chinian	DOMAINE CANET-VALETTE - UNE ET MILLE NUITS	2018		●	12,90	★★★	★★★	Wineandco	♥
Saint-chinian	MAS CHAMPART - CAUSSE DU BOUSQUET	2017		●	13,90	★★	★★	Wineandco	
Minervois	CHÂTEAU DE PARAZA - AD VINAM AETERMAM	2017		●	14,44	★★	★★	Xo-Vin	
Minervois	JEAN-BAPTISTE SÉNAT - LA NINE	2020		●	13,50	★★★	★★★	iDealwine	
Minervois-la-livinière	CHÂTEAU MARIS - LES PLANELS	2018		●	15,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Corbières	CHÂTEAU DE LUC - VÉRÉDUS	2020		●	12,50	★★	★★	Les Dnes qui montent	
Corbières	CLOS DE L'ANHEL - LES DIMANCHES	2018		●	14,90	★★★	★★★	Millésimes	♥
Corbières-boutenac	CHÂTEAU LA VOULTE-GASPARETS - CUVÉE ROMAIN PAUC	2019		●	18,99/19,95	★★★	★★★	Inter - Carrefour Hyper	
ROUSSILLON									
Côtes-du-roussillon	CHÂTEAU DE CORNEILLA - LES CANDELLES	2019		●	20,00	★★★	★★★	Les Dnes qui montent	
Collioure	DOMAINE DU COL DU MOLLO - ALTITUDE 231 MÈTRES	2019		●	15,00	★★★	★★★	Les Dnes qui montent	
Rivesaltes	DOMAINE CAZES - RIVESALTES AMBRÉ	NM		●	21,90	★★	★★★	Biocoop	
Rivesaltes	DOMAINE CAZES - RIVESALTES GRENAT	NM		●	13,70	★★	★★★	Biocoop	
Rivesaltes	MARC PARCÉ - 1982 ÉLEVÉ 39 ANS	1982		●	29,95	★★★	★★★	Carrefour Hyper	♥
Rivesaltes	MARC PARCÉ - HORS D'ÂGE AMBRÉ	NM		●	14,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Maury	MAS AMIEL - VINTAGE	2017		●	14,95	★★	★★★	Carrefour Hyper & Market	
Maury	MAS AMIEL - VINTAGE	2016		●	13,50	★★	★★★	Intermarché	
PROVENCE									
Bandol	CHÂTEAU PRADEAUX	2017		●	23,95	★★★	★★★	Carrefour Hyper & Market	♥
Bandol	CHÂTEAU PRADEAUX	2017		●	24,90	★★★	★★★	Vinatis	
Bandol	MOULIN DE LA ROQUE	2017		●	12,25	★★	★★★	Vinatis	
Bandol	DOMAINE DE LA BÉGUDE	2020		●	16,20	★★	★★★	Vinatis	
Côtes-de-provence	CHÂTEAU SAINTE-MARGUERITE	2021		●	14,16	★★	★★★	Xo-Vin	
Côtes-de-provence	CHÂTEAU SAINTE-ROSELINE - CUVÉE DES CHEVALIERS	2021		●	12,95	★★	★★	Carrefour Hyper & Market	
Côtes-de-provence	CHÂTEAU SAINTE-ROSELINE - LAMPE DE MÉDUSE	2021		●	12,32	★★	★★★	Xo-Vin	
Les-baux-de-provence	CHÂTEAU D'ESTOUBLON	2018		●	21,60	★★★	★★★	Vinatis	

CC: cru classé. GCC: grand cru classé.
● Vin rouge ● Vin blanc ● Vin rosé ● Vin blanc moelleux ● Vin rouge moelleux ★Satisfaisant ★★Bon ★★★Excellent

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1549263600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

DE 12 À 30 €

APPELLATION	DESIGNATION	MILL.	CLASS.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/ PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
Les-baux-de-provence	DOMAINE DES TERRES BLANCHES	2018		●	13,90	★★	★★★	Monoprix	
CORSE									
Corse	SANT ARMETTU - ROSUMARINU	2021		●	16,80	★★	★★	Millésimes	
Patrimonio	ANTOINE ARENA - CARCO	2020		●	22,50	★★★	★★★	iDealwine	
Patrimonio	DOMAINE ORENGA DE GAFFORY	2020		●	13,50	★★	★★	Casino	
Patrimonio	DOMAINE ORENGA DE GAFFORY	2021		●	13,50	★★	★★	Casino	
Muscat-du-cap-corse	DOMAINE ORENGA DE GAFFORY	2020		●	15,21	★★★	★★★	Xo-Vin	♥
SUD-OUEST									
Côtes-de-bergerac	CHÂTEAU TOUR DES GENDRES - LA GLOIRE DE MON PÈRE	2019		●	13,90	★★	★★★	La Grande Épicerie	
Cahors	CHÂTEAU DU CÉDRE - EXTRA LIBRE	2020		●	13,50	★★	★★★	iDealwine	
Cahors	CHÂTEAU LAGREZETTE	2014		●	19,90	★★	★★	Veepee	
Cahors	CLOS TRIGUEDINA	2017		●	16,32	★★	★★★	Xo-Vin	♥
Cahors	MAS DEL PÉRIÉ - LES ESCURES	2021		●	14,90	★★	★★	La Grande Épicerie	
Cahors	MAS DEL PÉRIÉ - CABALLE	2019		●	12,90	★★	★★★	Lavinia	♥
Jurançon	LIONEL OSMIN - FOEHN	2014		●	15,13	★★	★★	Xo-Vin	
Madiran	CHÂTEAU BOUSCASSÉ	2016		●	14,80	★★	★★★	Vinatis	
Madiran	CHÂTEAU BOUSCASSE - ARGILE	2015		●	16,20	★★	★★★	La Vignery	

PLUS DE 30 €

APPELLATION	DESIGNATION	MILL.	CLASS.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/ PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
HAUT-MÉDOC									
Haut-médoc	CHÂTEAU LA LAGUNE	2020	3e CC	●	36,95	★★	★★	Leclerc	
Haut-médoc	CHÂTEAU CANTEMERLE - MAGNUM	2016	5e CC	●	54,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Haut-médoc	CHÂTEAU LAMOTHE-BERGERON - 3L	2015		●	69,90	★★	★★	Intermarché	
Haut-médoc	CHÂTEAU SOCIANDO-MALLET	2018		●	30,50	★★★	★★★	Carrefour Hyper	
MOULIS									
Moulis	CHÂTEAU POUJEAUX - MAGNUM	2012		●	53,10	★★	★★	iDealwine	
MARGAUX									
Margaux	CHÂTEAU BOYD-CANTENAC	2015	3e CC	●	40,80	★★	★★	Xo-Vin	
Margaux	CHÂTEAU CANTENAC-BROWN	2015	3e CC	●	43,20	★★★	★★★	Xo-Vin	
Margaux	CHÂTEAU CANTENAC-BROWN	2014	3e CC	●	44,90	★★	★★★	La Grande Epicerie	
Margaux	CHÂTEAU D'ISSAN	2011	3e CC	●	46,40	★★	★★★	Xo-Vin	
Margaux	CHÂTEAU DESMIRAIL	2020	3e CC	●	33,50/34,95	★★	★★	La Vignery - Carrefour Hyper	
Margaux	CHÂTEAU GISCOURS	2019	3e CC	●	46,50	★★★	★★★	Casino	
Margaux	CHÂTEAU GISCOURS	2011	3e CC	●	56,00	★★	★★★	Xo-Vin	
Margaux	CHÂTEAU MALESCOT-SAINT-EXUPÉRY	2014	3e CC	●	38,40	★★	★★★	Xo-Vin	
Margaux	CHÂTEAU MARQUIS-DE-TERME	2020	4e CC	●	37,90	★★	★★★	Leclerc	
Margaux	CHÂTEAU MARQUIS-DE-TERME	2016	4e CC	●	39,90	★★	★★	Millésimes	
Margaux	CHÂTEAU FERRIÈRE	2015	3e CC	●	30,60	★★★	★★★	Xo-Vin	
Margaux	CHÂTEAU PAVEIL-DE-LUZE - MAGNUM	2020		●	38,00	★★	★★★	Système U	
SAINT-JULIEN									
Saint-julien	CHÂTEAU LÉOVILLE-POYFERRÉ	2014	2e CC	●	57,60	★★★	★★★	Xo-Vin	♥
Saint-julien	CHÂTEAU LÉOVILLE-POYFERRÉ	2011	2e CC	●	64,00	★★★	★★★	Xo-Vin	
Saint-julien	CHÂTEAU LANGOA-BARTON	2019	3e CC	●	40,90	★★★	★★★	La Vignery	♥
Saint-julien	CHÂTEAU LÉOVILLE-BARTON	2019	3e CC	●	67,95	★★★	★★★	Carrefour Hyper	
Saint-julien	CHÂTEAU BRANAIRE-DUCRU	2019	4e CC	●	39,95	★★★	★★★	Carrefour Hyper	
Saint-julien	CHÂTEAU BRANAIRE-DUCRU	2014	4e CC	●	40,80	★★	★★★	Xo-Vin	
Saint-julien	CHÂTEAU SAINT-PIERRE	2014	4e CC	●	44,95	★★★	★★★	Carrefour Hyper	
Saint-julien	CHÂTEAU SAINT-PIERRE	2012	4e CC	●	40,80	★★	★★★	Xo-Vin	
Saint-julien	CHÂTEAU TALBOT	2019	4e CC	●	45,36	★★	★★★	Casino	
Saint-julien	CHÂTEAU GLORIA	2020		●	35,90	★★	★★	Leclerc	
Saint-julien	CHÂTEAU GLORIA	2017		●	32,90	★★	★★★	Intermarché	
Saint-julien	CHÂTEAU MOULIN DE LA ROSE	2020		●	30,90	★★	★★	La Vignery	
Saint-julien	CHÂTEAU MOULIN-RICHE	2017		●	31,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Saint-julien	CLOS DU MARQUIS	2017		●	47,90	★★	★★	Intermarché	
PAUILLAC									
Pauillac	CHÂTEAU CROIZET-BAGES	2015	5e CC	●	32,40	★★	★★★	Casino	
Pauillac	CHÂTEAU D'ARMAILHAC	2018	5e CC	●	48,00	★★	★★	Intermarché	
Pauillac	CHÂTEAU GRAND-PUY-DUCASSE	2017	5e CC	●	34,95	★★	★★	Casino	
Pauillac	CHÂTEAU LYNCH-MOUSSAS	2020	5e CC	●	32,95/33,60	★★	★★	Carrefour Hyper - La Vignery	
Pauillac	CHÂTEAU LYNCH-MOUSSAS	2020	5e CC	●	32,00	★★	★★	Système U	
Pauillac	CHÂTEAU PONTET-CANET	2019	5e CC	●	90,00	★★★	★★	Carrefour Hyper	
Pauillac	CHÂTEAU PONTET CANET	2014	5e CC	●	89,10/90,00	★★★	★★★	Casino - Carrefour Hyper	
Pauillac	CHÂTEAU PEDESCLAUX	2015	5e CC	●	32,00	★★	★★	Xo-Vin	
Pauillac	ECHO DE LYNCH-BAGES - 2nd DE LYNCH-BAGES	2019		●	29,95/31,70	★★	★★	Carrefour Hyper - Xo-Vin	
SAINT-ESTÈPHE									
Saint-estèphe	CHÂTEAU CALON-SÉGUR	2014	3eCC	●	69,00	★★★	★★★	Carrefour Hyper	♥
Saint-estèphe	CHÂTEAU LAFON-ROCHET	2018	4eCC	●	39,60	★★★	★★★	iDealwine	
Saint-estèphe	CHÂTEAU HAUT-MARBUZET	2020		●	34,90/34,95	★★★	★★★	Intermarché - Auchan	
Saint-estèphe	CHÂTEAU HAUT-MARBUZET	2014		●	30,68	★★★	★★★	Xo-Vin	
Saint-estèphe	CHÂTEAU LILIAN-LADOUYS - MAGNUM	2019		●	34,90	★★	★★★	Intermarché	♥
Saint-estèphe	CHÂTEAU LILIAN-LADOUYS - MAGNUM	2012		●	35,11	★★	★★★	Vinothèque de Bx	
PESSAC-LÉOGNAN									
Pessac-léognan	DOMAINE DE CHEVALIER	2014	CC	●	43,20	★★★	★★★	Xo-Vin	
Pessac-léognan	CHÂTEAU LARRIVET-HAUT-BRION	2019		●	32,22	★★	★★★	Xo-Vin	
FRONSAC									
Fronsac	CHÂTEAU BARRABAQUE - MAGNUM	2010		●	31,35	★★	★★★	Vinothèque de Bx	
POMEROL									
Pomerol	CHÂTEAU BEAUREGARD	2016		●	59,90	★★	★★	Carrefour Hyper	
Pomerol	CHÂTEAU BEAUREGARD	2015		●	52,00	★★	★★★	Xo-Vin	

CC: cru classé, GCC: grand cru classé.
● Vin rouge ● Vin blanc ● Vin rosé ● Vin blanc moelleux ● Vin rouge moelleux ★Satisfaisant ★★Bon ★★★Excellent

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1549263600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

PLUS DE 30 €

APPELLATION	DESIGNATION	MILL.	CLASS.	COUL.	PRIX EN €	QUALITÉ	PRIX/ PLAISIR	ENSEIGNES	COUP DE CŒUR
Pomerol	CHÂTEAU BONALGUE	2018		●	36,75	★★	★★★	Vinatis	
Pomerol	CHÂTEAU DU DOMAINE DE L'ÉGLISE	2017		●	39,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Pomerol	CHÂTEAU GAZIN	2015		●	68,00	★★★	★★★	Xo-Vin	
Pomerol	CHÂTEAU LA CABANNE	2016		●	32,90	★★	★★	Intermarché	
Pomerol	CHÂTEAU LA POINTE	2016		●	39,90	★★	★★	Intermarché	
Pomerol	CHÂTEAU TAILLEFER - MAGNUM	2015		●	59,40	★★	★★	iDealwine	
SAINT-ÉMILION									
Saint-émilion	CHÂTEAU BEAU-SÉJOUR-BÉCOT	2018	1er GCC	●	59,95	★★★	★★★	Carrefour Hyper	
Saint-émilion	CHÂTEAU BEAU-SÉJOUR BÉCOT	2017	1er GCC	●	55,00	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Saint-émilion	CHÂTEAU LA GAFFELIÈRE	2020	1er GCC	●	64,90	★★★	★★★	Leclerc	
Saint-émilion	CHÂTEAU LA GAFFELIÈRE	2017	1er GCC	●	64,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Saint-émilion	CHÂTEAU LA GAFFELIÈRE	2015	1er GCC	●	59,90	★★★	★★★	Intermarché	♥
Saint-émilion	CHÂTEAU LA GAFFELIÈRE	2014	1er GCC	●	49,90	★★★	★★★	Intermarché	♥
Saint-émilion	CHÂTEAU GRAND-CORBIN-DESPAGNE	2019	GCC	●	32,00	★★	★★	Wineandco	
Saint-émilion	CHÂTEAU GRAND CORBIN-DESPAGNE	2016	GCC	●	31,95	★★	★★★	Carrefour Hyper	
Saint-émilion	CHÂTEAU JEAN FAURE	2018	GCC	●	31,95	★★★	★★★	Carrefour Hyper	
Saint-émilion	CHÂTEAU SOUTARD	2016	GCC	●	50,40	★★★	★★★	Vinothèque de Bx	
Saint-émilion	CLOS LA GAFFELIÈRE - 2nd DE LA GAFFELIÈRE - MAGNUM	2015		●	39,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
SAUTERNES									
Sauternes	CHÂTEAU D'YQUEM - 37,5CL	2018	1° CS	●	151,90	★★★	★★★	Casino	
Sauternes	CHÂTEAU RIEUSSEC	2017	1° CC	●	49,95	★★	★★	Carrefour Hyper	
Sauternes	CHÂTEAU LA TOUR-BLANCHE	2007	1e CC	●	44,95	★★★	★★★	Carrefour Hyper	♥
Sauternes	CHÂTEAU SUDUIRAUT	2015	1e CC	●	54,40	★★	★★	Xo-Vin	
Sauternes	CHÂTEAU GUIRAUD	2016	1e CC	●	45,00	★★	★★★	Vinothèque de Bx	
Barsac	CHÂTEAU COUTET	2015	1e CC	●	33,60	★★	★★	Xo-Vin	
Barsac	CHÂTEAU DOISY-VÉDRINES	2015	2e CC	●	31,15	★★★	★★★	Intermarché	
BOURGOGNE									
Beaune 1er Cru Bastion	MAISON CHANSON	2018		●	35,70	★★	★★	Monoprix	
Beaune 1er Cru Bastion	MAISON CHANSON	2019		●	35,70	★★	★★	Monoprix	
Beaune 1er Cru Les Grèves	THOMAS MOREY	2020		●	34,80	★★	★★★	Millésimes	♥
Beaune 1er Cru Les Marconnets	BOUCHARD PÈRE & FILS	2016		●	35,00	★★	★★	Intermarché	
Chassagne-montrachet	DOMAINE FONTAINE-GAGNARD	2017		●	33,90	★★	★★	La Grande Epicerie	
Chassagne-montrachet 1er Cru	DOMAINE JULIE BELLAND – 1er CRU MORGEOT	2020		●	39,90	★★	★★	Intermarché	
Corton - Clos du Roi Grand Cru	DUBREUIL-FONTAINE	2019		●	66,00	★★	★★★	Millésimes	
Corton-vergennes Grand Cru	CACHAT OCQUIDANT	2019		●	54,00	★★	★★★	Auchan	♥
Gevrey-chambertin	DOMAINE GEANTET-PANSIOT	2016		●	49,90	★★	★★★	La Grande Epicerie	
Gevrey-chambertin	DOMAINE HARMAND GEOFFROY	2017		●	47,50	★★	★★	La Grande Epicerie	
Gevrey-chambertin	DOMAINE TAUPENOT-MERNE	2017		●	48,90	★★	★★★	La Grande Epicerie	
Meursault - Les Clous	BOUCHARD PÈRE & FILS	2018		●	35,90/39,90	★★	★★	Millésimes - Wineandco	
Meursault - Les Tillets	DOMAINE YVES BOYER-MARTENOT	2017		●	39,90	★★	★★	La Grande Epicerie	
Morey-saint-denis	DOMAINE MARCHAND-GRILLOT	2018		●	39,90	★★	★★	La Grande Epicerie	
Morey-saint-denis	DOMAINE PIERRE AMIOT & FILS	2018		●	34,90	★★	★★	La Grande Epicerie	
Nuits-saint-georges	MAISON ALBERT BICHOT	2016		●	32,90	★★	★★	Vinatis	
Nuits-saint-georges	BOUCHARD PÈRE & FILS	2017		●	31,90	★★	★★	Vinatis	
Nuits S.-G. 1er cru Les Damodes	JEAN FÉRY & FILS	2013		●	48,60	★★	★★	iDealwine	
Nuits-saint-georges	DOMAINE MICHEL GROS	2017		●	43,90	★★	★★	La Grande Epicerie	
Nuits-S.-G. - Vieilles Vignes	CHICOTOT PASCALE & CLEMENT	2017		●	44,89	★★	★★★	Millésimes	
Pernand-vergelesses 1er Cru	CHANSON PÈRE & FILS	2015		●	35,90	★★	★★	Vinatis	
Pernand-vergelesses	DOMAINE PAVELOT	2019		●	32,40	★★	★★	iDealwine	
Pommard	DOMAINE FABIEN COCHE	2017		●	32,00	★★	★★	La Grande Epicerie	
Pommard 1er cru Clos-Blanc	DOMAINE MACHARD DE GRAMONT	2020		●	32,50	★★	★★	Intermarché	
Pommard 1er cru La-Refene	DOMAINE BALLOT MILLOT & FILS	2018		●	38,50	★★	★★	Vinatis	
Pommard 1er cru Les-Charmots	JEAN-LUC JOILLOT	2017		●	45,00	★★	★★	Les Dnes qui montent	
Puligny-montrachet	DOMAINE JEAN-MARC BOILLOT	2018		●	59,90	★★	★★	La Grande Epicerie	
Puligny-montrachet	CARILLON JACQUES	2020		●	60,00	★★	★★	Millésimes	
Puligny-montrachet	DOMAINE BOYER-MARTENOT - LES REUCHAUX	2018		●	47,50	★★	★★★	La Grande Epicerie	
Puligny-montrachet 1er Cru	BOUCHARD PÈRE & FILS – 1er CRU CHAMP-GAIN	2018		●	59,14	★★	★★	Xo-Vin	
Vosne-romanée - Aux Communes	SEGUIN-MANUEL	2018		●	48,90	★★	★★	Veepee	
Vosne-romanée - Les Barreaux	DOMAINE PHILIPPE CHERON	2019		●	61,20	★★	★★	Vinothèque de Bx	
JURA									
Château-chalon	DOMAINE GENELETTI	2014		●	38,80	★★★	★★★	Intermarché	♥
VALLÉE DU RHÔNE									
Châteauneuf-du-pape	CHÂTEAU CRISTIA	2020		●	33,60	★★	★★	Millésimes	
Châteauneuf-du-pape	CHÂTEAU LA NERTHE	2017		●	39,90	★★★	★★★	Wineandco	
Châteauneuf-du-pape	CHÂTEAU MONTREDON	2018		●	36,23	★★	★★★	La Vignery	
Châteauneuf-du-pape	DOMAINE DES SÉNÉCHAUX	2018		●	34,90	★★	★★★	Wineandco	
Condrieu	DAUVERGNE-RANVIER-PILON	2021		●	30,90	★★	★★	Monoprix	
Condrieu	MAISON FERRATON	2020		●	33,90	★★	★★	Intermarché	
Cornas	M. CHAPOUTIER - LES ARÈNES	2019		●	30,51	★★	★★★	Xo-Vin	
Côte-rôtie	DOMAINE DE BONSERINE - LES SANS-MARCHE	2019		●	33,15	★★	★★	Intermarché	
Côte-rôtie	DOMAINE DUCLAUX - LA GERMINE	2018		●	40,41	★★	★★	Vinothèque de Bx	
Côte-rôtie	E. GUIGAL - BRUNE ET BLONDE	2018		●	41,95	★★	★★	Carrefour Hyper & Market	
Côte-rôtie	FAMILLE PIERRE GAILLARD	2019		●	34,90	★★★	★★★	Intermarché	
Côte-rôtie	FAMILLE PIERRE GAILLARD	2020		●	38,95/39,95	★★★	★★★	Inter. - Carrefour Market	♥
Côte-rôtie	PAUL JABOULET AÎNÉ - LES JUMELLES	2018		●	36,90	★★	★★★	Intermarché	
Côte-rôtie	PAUL JABOULET AÎNÉ - LES JUMELLES	2019		●	36,90	★★	★★★	Carrefour Hyper & Market	
Hermitage	CAVE DE TAIN - LES PETITES CABANES	2018		●	32,50	★★	★★★	Intermarché	
Hermitage	CAVE DE TAIN - LES PETITES CABANES	2018		●	32,85	★★	★★★	Intermarché	
Hermitage	M. CHAPOUTIER - MURE DE LARNAGE	2014		●	42,75	★★	★★	Casino	
ROUSSILLON									
Maury	MAS AMIEL - 30 ANS D'ÂGE	NM		●	36,90	★★★	★★★	Intermarché	
PROVENCE									
Bandol	CHÂTEAU SAINTE-ANNE - CUVÉE EXCLUSIVE	2016		●	32,20	★★	★★★	Lavinia	

CC: cru classé. GCC: grand cru classé.
● Vin rouge ● Vin blanc ● Vin rosé ● Vin blanc moelleux ● Vin rouge moelleux ★Satisfaisant ★★Bon ★★★Excellent

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1549263600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Le Parisien

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**
Audience : **14163667**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

8 Septembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **4717**

www.leparisien.fr

Visualiser l'article

Foire aux vins : 20 pépites pour être sûr de ne pas se tromper

Le sommelier-expert Frédéric Sénéchal a sélectionné pour nous des bouteilles au rapport qualité prix imbattable, à dénicher dans la grande distribution et certains réseaux de cavistes.

En 2021, le vignoble français a souffert. Pas de la sécheresse et de la canicule comme cette année, mais au contraire de gelées tardives, d'une humidité et d'une fraîcheur estivales, ce qui a fortement réduit la production (-19 % par rapport au millésime précédent). Et au moment de la mise en bouteille, la guerre en Ukraine et les surcoûts engendrés (verre, carton) sont venus tendre un peu plus la situation. Dans ce contexte morose interviennent les traditionnelles foires aux vins de la rentrée organisée par la grande distribution mais également dans certains réseaux de cavistes (Nicolas, Lavinia) et sur des sites de vente en ligne.

En parallèle à ces données climatiques et géopolitiques, le pouvoir d'achat des ménages s'est contracté en 2022 et toutes les enseignes l'ont bien compris. Chez Leclerc, inventeur du concept de foire aux vins en 1973, la moitié des vins proposés se situent dans une fourchette comprise entre 5 et 10 euros. Idem pour le caviste Nicolas dont 50 % de l'offre s'affiche à moins de 10 euros. Parmi le millier de références proposées dans les hypermarchés Carrefour, l'enseigne en a sélectionné 12 (en blanc, rosé et rouge) pour lesquelles l'achat d'un carton de six bouteilles revient à 10 euros, soit 1,66 € le flacon, en appliquant l'offre quatre bouteilles achetées, deux offertes.

Les enseignes ont également dû gérer l'offre moins abondante et se rabattre sur des millésimes plus anciens ou des cuvées plus iconoclastes. Après un appel à candidatures, Leclerc a fini par sélectionner sept jeunes vignerons de moins de 35 ans à qui le groupe a offert de vendre leurs vins dans les rayons. De son côté Carrefour a misé sur 163 vins médaillés, gage d'une sélection.

Nous avons demandé Frédéric Sénéchal, du restaurant parisien Le Bon Georges, de passer en revue les différents catalogues pour nous proposer sa sélection. Passé entre autres par le Trianon Palace avant de se poser dans le IXe arrondissement de la capitale, ce professionnel reconnu gère une équipe de sept sommeliers et un stock de plus de 5 000 bouteilles. Il s'est donc plongé dans l'offre des enseignes pour vous sélectionner 20 pépites au rapport qualité prix imbattable.

Osez le vin de France !

D'abord, une remarque d'ordre général : « Je suis agréablement surpris par la qualité de l'offre qui reflète bien la diversité des terroirs. La grande distribution n'hésite pas à sortir des sentiers battus pour proposer une sélection bien dans l'air du temps avec par exemple un vin orange, des vins de France ou des étiquettes un peu funky. »

Dans le détail, notre sélectionneur d'un jour a opté pour des gammes de prix raisonnables, même s'il s'est autorisé quelques sorties de pistes pour ce qu'il qualifie de « très bonnes affaires ». Son conseil : « Goûtez une bouteille et, si elle vous plaît, retournez en acheter un carton. » Le sommelier pense notamment au Domaine Jo Pithon, en appellation Savennières dans la Loire, pour 10,95 €. « Derrière cette cuvée, il y a un très grand monsieur. Vous ne serez pas déçus. » Idem pour Mas Olivier en Faugères. À 3,95 euros la bouteille, le rapport qualité prix est imbattable.

Frédéric Sénéchal avoue un petit faible pour des appellations en retrait comme l'AOP Ventoux ou le Côte du Py en Morgon. Il est aussi séduit par les offres en Vin de France (VDF) lors des foires aux vins. « À ne pas confondre avec le vin de table, prévient tout de suite celui qui propose beaucoup de VDF à la carte du Bon Georges. Ces vins sont sortis des appellations parce qu'un cépage n'entre par exemple pas dans le cahier des charges. Ce qui n'enlève rien au plaisir de les boire. » Dans la droite ligne des bières artisanales et de leurs étiquettes iconoclastes, les VDF toilettent l'image parfois compassée du vin. Alors, bonnes courses, et chassez les bonnes affaires !

0-P-7zgp6jvtSbCLTgSm2WAXWzAG-b3CchmLpTNZ1QiyUPpjgzQ57FKpt8XAbIbKdCwXXKpV1L2aId9A6VeLQqwZTli

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Date des principales foires aux vins :

Nicolas : du 7 septembre au 4 octobre.

Intermarché : du 6 au 25 septembre.

Carrefour : du 27 septembre au 10 octobre (hyper) et du 6 au 23 octobre (Market).

Auchan : du 6 au 25 septembre (supermarché) et du 27 septembre au 11 octobre (hyper).

Leclerc : à partir du 4 octobre.

Lidl : à partir du 7 septembre.

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

0-P-7zgp6jvtSbCLTgSm2WAXWzAG-b3CchmLpTNZ1QiyUPpjgzQ57FKpt8XAbIbKdCwXXKpV1L2aId9A6VeLQqwZTli

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Le Point

www.lepoint.fr

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**
Audience : **6678802**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

8 Septembre 2022
Journalistes : **Jacques Dupont/ Olivier Bompas**
Nombre de mots : **4703**

Visualiser l'article

Spécial vins - Le guide des foires aux vins 2022

On trouve moins de tout et plus de vins de Bordeaux dans l'offre des enseignes cette année. De belles affaires à saisir avec les médocs et les haut-médoc.

Dans la grande distribution, les foires aux vins 2022 feront le bonheur des amateurs de bordeaux. Par Jacques Dupont et Olivier Bompas

Publié le 08/09/2022 à 09h05 Lien copié Copier le lien

L es foires aux vins dans la grande distribution furent créées pour nettoyer le marché des grands crus de Bordeaux dans de petits millésimes, proposés au départ trop cher et qui, par voie de conséquence, n'avaient pas trouvé preneur. Bradés dans les hypers et les supers, cédés à perte par le négoce, ils avaient fait le bonheur des amateurs. Puis, la pompe étant amorcée, les foires se sont ouvertes à tous les autres vignobles, notamment au « nouveau » Languedoc, celui des vins fins.

On assiste aujourd'hui à une sorte de retour involontaire aux sources. Petites récoltes, rendements faibles, dérèglement climatique avec gel de printemps et orages de grêle... Bref, les vignerons de Loire, de Bourgogne, du Jura, du Languedoc ou d'ailleurs, un peu capés, n'arrivent déjà pas à satisfaire leur clientèle habituelle. Pour quelle obscure raison iraient-ils offrir leurs bouteilles, avec rabais, à la grande distribution ? On les trouvera un peu plus sur les sites ou les chaînes de cavistes avec qui ils travaillent toute l'année, mais pas souvent soldées.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Saint-Émilion. Reste Bordeaux, très présent cette année pour diverses raisons. En résumé : de vastes domaines, une production importante un peu boudée à cause des prix pratiqués par les très grands crus et d'un bordeaux bashing idiot, mais aussi alimenté par les bourdes à répétition qu'affectionnent une partie des acteurs de ce vignoble... Entre 5 et 15 euros, on peut donc dénicher sans trop de peine d'excellents vins si l'on n'est pas à la recherche d'étiquettes célèbres. Dans le Médoc, autour de Saint-Émilion, il existe une offre riche, diversifiée de très belles bouteilles, qui profitent en plus de la série de bons millésimes que cette région a connue depuis 2014... À saisir §

Notre sélection s'organise en trois tableaux :

Moins de 12 €

Les indispensables, vins de copains, des apéros ou des repas « à la bonne franquette », en toute simplicité.

De 12 à 30 €

Les vins du soir, quand on reçoit, ou du week-end, marché, tablier et fourneaux... Vins de bonne garde aussi.

Au-delà de 30 €

Pour les amateurs de grands vins, les possesseurs de caves fraîches qui peuvent laisser vieillir leurs belles bouteilles.

La sélection du « Point »

Nous passons au crible la totalité de l'offre : grande distribution, chaînes de cavistes ou sites, en vérifiant pour chacun s'il s'agit bien d'un vrai domaine que nous connaissons et si le prix est bien inférieur au marché. Au total, nous avons retenu 957 vins, méticuleusement sélectionnés.
iframe : redir.opoint.com

Vidéo. Les conseils de Jacques Dupont pour saisir les bonnes affaires des foires aux vins 2022.

Retrouvez notre guide des foires aux vins

Et notre tableau des millésimes

Consultez notre dossier spécial vins

Consultez notre dossier : Spécial vins

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Dates des foires aux vins 2022

Grande distribution

Leclerc

À partir du 4 octobre

Intermarché

Du 6 au 25 septembre

Carrefour Hyper

Du 27 septembre au 10 octobre

Carrefour Market

Du 6 au 23 octobre

Carrefour Proxi

Du 16 au 26 septembre

Casino

Du 26 août au 11 septembre

Système U

Du 27 septembre au 8 octobre

Monoprix

Du 16 septembre au 2 octobre

Aldi

À partir du 6 septembre

CASTELNICOLAS2 - CISION 366473314

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Auchan Hyper

Du 27 septembre au 11 octobre

Auchan Super

Du 6 au 25 septembre

Netto

Du 1 er au 19 septembre

Cavistes

Les Domaines qui montent

Du 8 au 30 septembre

La Vinothèque de Bordeaux

Du 25 août au 29 septembre

Nysa

Du 9 au 25 septembre

Lavinia

Du 5 septembre au 3 octobre

Biocoop

Du 19 septembre au 3 octobre

Nicolas

Du 7 septembre au 4 octobre

La Vignery

Du 7 septembre au 2 octobre

CASTELNICOLAS2 - CISION 366473314

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

La Grande Épicerie de Paris

Du 7 septembre au 5 octobre

Sites

Veepee

À partir du 1 er septembre

Vinatis

Du 2 septembre au 9 octobre

Wineandco

Du 30 août au 4 octobre

Millésimes

Du 14 septembre au 5 octobre

Le Petit Ballon

Du 2 septembre au 2 octobre

Avenue des vins

Du 5 au 25 septembre

Xo-Vin

Du 5 septembre au 7 octobre

iDealwine

Du 6 au 27 septembre

Twil

Du 10 septembre au 22 octobre

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

L'EVASION DES SENS

www.levasiondessens.com

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **2104**
Sujet du média : **Lifestyle**

7 Septembre 2022
Journalistes :
Marie-Laure de Vienne
Nombre de mots : **2536**

Visualiser l'article

Quelques foires aux vins 2022

Voici quelques foires aux vins sélectionnées pour vous et mes coups de coeur 2022.

Impossible de citer toutes les enseignes qui proposent les irremplaçables foires aux vins de la rentrée de septembre !!!

J'ai sélectionné les plus représentatives avec des grandes surfaces, quelques cavistes et un site internet.

- Géant Casino Hyper et Supermarchés : du 26 août au 11 septembre
- E.Leclerc : Dès le 5 septembre sur internet, à partir du 4 octobre en magasin
- Auchan: En supermarchés du 6 au 25 septembre, en hypermarchés du 27 septembre au 11 octobre
- Intermarché : Du 6 septembre au 25 septembre
- Lidl : Dès le 7 septembre
- Monoprix : Du 16 septembre au 2 octobre
- Carrefour Hyper : Du 27 septembre au 10 octobre

Aldi : à compter du 6 septembre

Eataly : du 14 septembre au 16 octobre

Lavinia : du 5 septembre au 3 octobre

Nicolas : du 7 septembre au 4 octobre

Le Petit Ballon : du 2 septembre au 2 octobre

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le Puy de Boissac disponible chez Intermarché

Sur certaines foires j'ai choisi pour vous de belles occasions.

Chez Auchan , un blanc idéal en apéro et / ou sur des crustacés, le Cheverny cuvée Emotion Blanc 2020 aux notes de pêche et de poire à 4, 73 €. Pour les viandes rouges telle l'entrecôte de boeuf, le Saint Emilion Château Bellonne 2020 aux arômes d'épices et de cassis à 7, 95 €.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le Château Bellonne chez Auchan

Chez **Aldi** c'est l'Alsace qui a retenu mon attention avec 2 vins de la maison Louis Weiss. Il s'agit du Riesling 2019 aux saveurs d'agrumes, le quel vina été médaillé ‘or' à Colmar (3, 79 €). Pour son nez intense et ses touches ananas, litchi et mangue, le Gewurzstraminer 2020 à la robe jaune paille lui aussi médaillé était plus que séduisant au prix de 5, 89 €.

Pour I **ntermarché** et selon les coups de coeur de Stéphane Derenoncourt, je vous suggère l'AOC Puisseguin Saint-Emilion Château Puy de Boissac Prières Blanches 2020. A 7, 50 € la bouteille, ce vin rouge bio est parfait sur les viandes rouges, le gibier peu faisandé.

Aux côtés de champagne de renom, optez pour les fêtes de fin d'année à une bouteille à un prix abordable avec le Champagne Delagne et Fils, un Tradition Brut à 16, 99 €.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le champagne Delagne & Fils

Pour **Le Petit Ballon** c'est l'AOP Anjou Le Colombier 2021 Château de la Calonnière qui est intéressant. C'est un 100 % chenin rond et gourmand et un 1 er millésime travaillé par une vigneronne.

CASTELNICOLAS2 - CISION 366433079

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le Petit Ballon et son Colombier Château de la Calonnière

CASTELNICOLAS2 - CISION 366433079

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

marie claire

www.marieclaire.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **5426742**
Sujet du média : **Lifestyle, Mode-Beauté-Bien être**

8 Septembre 2022
Journalistes : **Béatrice Delamotte**
Nombre de mots : **20116**

Visualiser l'article

Foires aux Vins 2022 : le choix de la rédaction

Chaque année, de fin août à octobre, les Foires aux **Vin**s ravissent amateurs de bons **vins** et de belles affaires. Pour cette édition 2022, les **vins** de France et les cuvées étrangères sont à l'honneur, aux côtés des classiques français. Découvrez notre sélection de bouteilles pour tous les budgets et toutes les envies.

Aldi

À partir du 6 septembre.

• **Bordeaux** : **Châtea**u Rollan de By, **cru** bourgeois 2015, 13,95 €. Fruit opulent, souligné par quelques notes pâtissières, de vanille. Les tanins structurent une matière élégante, très fruitée. Finale légèrement mentholée pour la touche de fraîcheur.

• **Beaujolais** : Les Trois Neveux, Régnié 2021, 6,99 €. Une bouffée de framboise fraîche, de fraise juteuse, pour un nez frais. Des arômes qui se retrouvent en bouche, soulignés de tanins veloutés pour un plaisir immédiat.

Auchan

Hyper : du 27 septembre au 11 octobre. Super : du 6 au 25 septembre.

• **Pierrevert** : Lou Parais, rosé 2021, 4,75 €. Fraise des bois, framboise et herbes sèches pour un nez frais, gourmand. Bouche tout en fraîcheur, aux notes d'agrumes roses, de pêche de vigne. Très plaisant.

• **Fixin** : Domaine du Vieux Collège, Les Champs des Charmes 2020, 19,65 €. Nez séducteur, volumineux et élégant aux notes de petits fruits. Même sensation en bouche, la fraîcheur acidulée de la groseille en prime. Beaucoup d'ampleur et une finale salivante sur de jolis amers. À mettre en cave.

• **Blaye Côtes-de-Bordeaux** : **Châtea**u Bellevue, Amphorae 2018, 14,90 €. Incroyable éclat du merlot, juteux et croquant, presque clinquant. En bouche, on retrouve cet éclat dans une matière très fine, soyeuse et élégante, libérée de tout boisé. Le vin a gagné en fraîcheur et en intensité.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

• **Cornas** : Pierre Dumazet, Cuvée Charlemagne 2020, 22,70 €. Fraîcheur et intensité du fruit, juteux, croquant, très présent, à peine saupoudré d'une pointe de poivre **blanc**. Grosse matière en bouche, soulignée par de petits tanins. La fraîcheur et l'acidulé de la groseille et du cassis l'emportent dans une finale longue et intense.

Biocoop

Du 13 septembre au 3 octobre.

• **IGP Méditerranée** : Domaine Fond Croze, En Long En Large et En Travers 2020, 5,50 €. La puissance du soleil est bien présente, avec un fruit mûr et généreux, mais préservé par des notes fraîches. La matière, légère et gouleyante, évoque la garrigue avec ses notes de thym sauvage, de chêne vert, et les petits tanins sont juste là pour apporter une structure plaisante.

• **Alsace** : Baumann-Zirgel, pinot gris 2020, 10,95 €. Sa robe dorée, légèrement abricotée, ne doit pas vous tromper : il s'agit bien d'un vin sec, aux arômes délicats d'abricot sec, de noisette et de menthe poivrée. La bouche est fraîche, tendue par une trame justement acide, qui donne du peps aux notes fruitées et titille les papilles. Finale légèrement saline.

Carrefour

Hypermarchés : du 27 septembre au 10 octobre. Market : du 6 au 23 octobre. City et Contact : du 27 septembre au 9 octobre.

• **Saint-Chinian** : Cave de Roquebrun, Col de la Serre 2021, 4,85 €. Sous une robe d'un pourpre intense, ce vin est complexe et légèrement animal. Puissant, il reste souple avec des arômes de petits fruits **rouges** et de noyau de cerise. Un vin typique de l'appellation avec de la finesse et de l'élégance.

• **Saint-Amour** : Arnaud Aucoeur, De tout coeur 2020, 7,50 €. Un nez suave et persistant qui laisse la lumière aux fruits **rouges**. La bouche est ronde, gourmande, avec des tanins fondus qui étirent longuement la finale.

• **Bordeaux blanc** : **Châtea**u Tassin 2021, 3,95 €. D'une belle teinte jaune clair brillant, ce vin dévoile un nez très fruité. La bouche est légère, harmonieuse. On retrouve un fruit intense. Il saura se garder.

• **Bourgueil** : Domaine Vallée Mercier, Le Rocher de mon grand-père 2021, 6,95 €. La robe d'une couleur rubis éclatante dévoile des arômes de fruits **rouges** (framboise) tandis que la bouche offre une belle longueur et des tanins suaves. Un vin fruité et rond, très convivial.

• **Lalande-de-Pomerol** : **Châtea**u Grand Ormeaux, Elégance 2020, 9,71 €. Sous une robe d'un rouge grenat, intense et sombre, on découvre un fruit éclatant. La bouche est droite, tendue autour d'un fruit particulièrement net et juteux. À mettre en cave.

• **Lirac** : Famille Tardieu, Lirac 2021, 8,95 €. Les notes de garrigue et de fleurs sèches racontent le plateau aux galets roulés où pousse la vigne. La bouche, très méditerranéenne, est tout en rondeur et en souplesse. Un vin de copains par excellence.

• **Muscadet Sèvre-et-Maine** : **Châtea**u-Thébaud, Chemins d'Excellence 2015, 11,95 €. Délicatement teintée d'or, la robe scintille tandis que le nez laisse paraître des arômes de miel et de coing. La bouche est généreuse et très fruitée, avant une finale intense et particulièrement longue.

Casino

Super et Géant : du 26 août au 11 septembre. Petit Casino, Spar et Vival : du 6 au 18 septembre.

• **Côtes-du-rhône-villages** : Domaine Hipparion, Visan 2020, 6 €. La chaleur de l'été avec des arômes de pierre chaude, de petits fruits cuits, presque compotés. La bouche est veloutée, avec une belle acidité qui étire la matière, juteuse, vers une

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

finale enveloppante.

• **Corse** : Domaine Orenga de Gaffory, Patrimonio 2020, 9,95 €. La framboise et la mûre compotées, des notes de maquis pour un nez complexe, enveloppant. La bouche est à la fois fraîche, puissante et élégante. De petits tanins fondus structurent la matière qui s'étire longuement.

• **Saumur-Champigny** : Paul Filliatreau, Les Boisselées 2020,13,50 €. Petits fruits **rouges** et épices composent un nez très plaisant, gai et gourmand. La bouche est encore marquée par de petits tanins fondus qui devraient s'estomper avec un peu de garde.

• **Bourgogne Côte-d'Or** : **Châtea**u de Santenay, Clos de la Chaise Dieu Monopole 2018, 15 €. Fleurs miellées, fruits **blanc**s et jaunes pour un nez en complexité et gourmandise. La bouche est ronde, à la fois florale et sur les agrumes, sans acidité excessive.

Chateaunet

Du 2 au 24 septembre.

• **Bandol rouge** : Domaine Tempier 2018, 30 €. Ampleur, rondeur et élégance, tout est en place avec des effluves de rose rouge ancienne. La bouche est très ciselée, soulignée par des tanins précis. Une cuvée opulente, mais sans aucune lourdeur.

• **Pessac-Léognan** : **Châtea**u Le Pape 2017, 25,10 €.La chaleur du millésime est présente, mais comme apaisée. Le fruit est fringant et précis. En bouche, la matière est ample, structurée par des tanins persistants et fondus.

Eataly

Du 14 septembre au 16 octobre.

• **Piémont** : Mirafiore, Alta Langa **blanc** de noir brut 2017, 23,45 €. Effluves gourmands d'abricot confit, de noisette et de pain grillé. Bulle suave, bouche concentrée. Intensément frais, tendus avec une franche gourmandise.

Franprix

Du 19 septembre au 9 octobre.

• **Saint-Nicolas-de-Bourgueil** : Pierre Bourré, Origine 2020, 6,75 €. Notes fruitées et légèrement agrestes. Des arômes qui se retrouvent dans une matière gaie, fraîche et intense, avec une trame acidulée persistante et très plaisante.

• **Graves** : **Châtea**u Beauregard Ducasse, cuvée Albert Duran 2019, 8,50 €.Un très joli fruit, brillant, à peine soulignés par des discrètes notes boisées d'élevage. La matière est particulièrement veloutée, avec une trame acide qui s'étire longuement et promet quelques années de garde.

Intermarché

Du 6 au 25 septembre.

• **Chablis** : Moillard, Cuvée Coquillage 2021, 12,90 €. Très belle fraîcheur minérale suivi de notes de fruits **blanc**s, de citron jaune. La matière est bien équilibrée entre tension et précision, avant une finale citronnée et fraîche.

• **Saumur-Champigny** : Famille Vadé, Les Baunelles 2021, 5,99 €. Tout ce qu'on aime dans les **vins** de Loire, ce côté

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

friand, frais et léger, sans pour autant perdre en complexité. Un vin très « glouglou » pour tous les jours, à partager sans hésiter.

• **Corbières** : Domaine Bonfils **Châtea**u Vaugelas, V de Vaugelas, 7,59 €. Un fruit mûr, juteux. La bouche est charmeuse, intense, presque envoûtante avec un velouté très plaisant. La trame fraîche est là pour éviter toute lourdeur avant une finale légèrement mentholée.

• **Maury sec** : **Châtea**u Séguala 2019, 9,55 €. On découvre un nez complexe et élégant, aux notes de fruits mûrs et d'épices. En bouche, l'attaque est franche, avec un bel équilibre sur des tanins soyeux.

• **Bourgogne** : Domaine Yann Flandre, Montagny 1er**cru** 2020, 14,80 €. Un pur chardonnay tout en fraîcheur qui dévoile des arômes intenses de fruits **blanc**s. En bouche, la matière est franche, tendue et ciselée avec une puissance maîtrisée et une trame minérale intense.

La Cave aux Galeries Lafayette

Du 2 au 24 septembre.

Bourgogne : Domaine Faiveley, Montagny 2018, 21,60 €. Un rêve de printemps, entre fleurs **blanc**hes, fruits à chair **blanc** he et herbe fraîche. La bouche est cristalline, avec une finale tendue qui s'étire longuement.

La Grande Epicerie de Paris

Du 7 septembre au 5 octobre.

• **Pic Saint-Loup** : Mas Peyrolle 2019, 13,90 €. La mûre, le cassis et la cerise noire pour un nez très frais et juteux. Des notes de garrigue égaient une bouche ample et charnue avant de jolis amers en finale.

• **Côtes-du-Rhône** : Domaine Gramenon, Poignée de raisins 2020, 11,90 €. Du fruit, encore du fruit rouge, noir et bleu pour un bouquet frais et puissant, tout en préservant une belle fraîcheur en bouche. La matière est brillante. Un vin à partager en bonne compagnie.

Lavinia

Du 5 septembre au 3 octobre.

• **Régnié** : Domaine Philippe Viet Haute-Ronze, Mosaïque 2020, 14,70 €. Le cassis, la feuille de framboisier, la myrtille, c'est une véritable corbeille de fruits qui déploie ses arômes séducteurs. La bouche est veloutée, avant une finale fraîche, sans aucune lourdeur.

E. Leclerc

À partir du 4 octobre.

• **Savennières** : Domaine Jo Pithon 2021, 10,95 €. Nez de silex, de pierre à fusil, fumé. La matière est étincelante, très droite et pure, comme un torrent de montagne.

• **Cairanne** : Vignobles André Farjon 2020, 7,60 €. Framboise, sous tous ses aspects (fraîche, écrasée et compotée). Très jolie matière, petits tanins veloutés et acidité vivifiante.

CASTELNICOLAS2 - CISION 366481315
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

• **Vin** de France : Terre Métissée 2020, 5,50 €. Inclassable, mais très séduisant par sa gourmandise. Bouche douce, suave avec une légère sucrosité, mais pas de lourdeur.

• **Beaujolais blanc** : Vignerons des **cru**s du Beaujolais, Granitis 2021, 6,90 €. Puissance et fruité, belle fraîcheur très fringant en bouche dans une matière déliée.

• **Cahors** : Clos Triguedina, La Part des Biches 2019, 5,15 €. Très jolie fraîcheur, fruits **rouges** et noirs juteux. Tanins veloutés, cerise noire et touche de grillé. Très plaisant.

• **La Clape** : **Châtea**u L'Hospitalet, La Réserve 2021, 9,95 €. Confiture de mûre et pain grillé, la rose l'emporte en bouche, surprenante dans une matière intense, ciselée.

• **Saumur-Champigny** : Domaine des Damoiselles, Cuvée Tennières 2021, 6,75 €. Très joli nez, à la fois charnu et tendre. Bouche structurée par une trame acidulée, très salivante.

Lesgrappes.Com

Du 15 septembre au 17 octobre.

• **Bordeaux** : Domaine Chibarou, **Châtea**u Grenet 2020, 6,75 €. La douceur du fruit mûr soulignée par des épices douces. La bouche est légèrement marquée par les tanins mais le juteux et l'éclat du fruit prennent vite le dessus.

• **Languedoc blanc** : La Dourbie, Marius 2021, 9,90 €. Nez à la fois puissant et discret avec ses notes florales intenses, de fruit **blanc** juteux. La bouche est tendue par une trame citronnée, très salivante, et de la minéralité.

Les passionnés du vin

Du 7 au 26 septembre.

Bordeaux : **Châtea**u Tire Pé, Tire'**Vin** Vite 2020, 9 €. Le croquant de fruits noirs juteux explose dès les premiers arômes. La bouche est gaie, franche avec un très joli velouté. Pas de tanins agressifs, mais un fruit intense. Sans soufre ajouté.

Lidl

Dès le 7 septembre.

• **Côtes de Gascogne** : Domaine Morlannes, **blanc** 2021, 2,79 €. Un fruit explosif, exubérant et une touche agreste qui évoque le basilic. La bouche est tout aussi charnue, même si la trame acidulée est plus intense. C'est frais, franc et salivant, tout ce qu'on attend pour l'été.

• **Corbières** : Domaine Py 2020, 5,99 €. Joli nez fruité juteux, autant de notes qui se retrouvent dans une bouche veloutée. Petite sensation poudrée, alors que les tanins sont particulièrement fondus. Finale tout en douceur.

Magasins U

Du 27 septembre au 8 octobre.

• **Beaujolais** : Domaine David Méziat, Régnié 2019, 7 €. Nez gourmand qui déploie des trésors de charme et de fruits **rouges** et noirs. La bouche est soyeuse, acidulée avec des tanins fondus et une finale alléchante.

CASTELNICOLAS2 - CISION 366481315

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

• **Graves** : **Châtea**u Rahoul, L'Orangerie de Rahoul 2016, 7,90 €. Un nez très frais, aux arômes de fruits noirs, de café moulu, avant une bouche soyeuse, à la fois sombre et pimpante. Complexe et ample, la matière est fraîche avec une finale équilibrée. Une belle affaire.

• **Saint-Chinian** : Cave de Roquebrun, Terrasses de Mayline 2021, 3,50 €. La chaleur du Sud s'exprime sur une pierre chaude, des notes de garrigue. La bouche s'ouvre sur la fraîcheur d'une terrasse ombragée, avec une matière très minérale, des notes d'agrumes et de litchi.

• **Haut Médoc cru** bourgeois : **Châtea**u Bel Air Gloria 2016, 24,90 €. Un nez plein, rond et complexe aux notes douces de fruits noirs confiturés, de pruneau frais. Sous de petits tanins veloutés, le fruit est bien présent, gourmand avec une finale ronde et fraîche.

• **Algérie Coteaux de Mascara** : Royal Mascara, Vieilles vignes 2020, 4,49 €. Nez fin et chaleureux, une corbeille de fruits d'été. La bouche est veloutée, portée par une trame acidulée fruitée. Une matière très salivante avec une certaine minéralité. Très plaisant.

Monoprix

Du 16 septembre au 2 octobre.

• **Côtes d'Auvergne** : Desprat Saint-Verny, L'Impromptu 2019, 8,90 €. Nez assez sombre, qui évoque les petites baies noires, le poivre. La bouche est très veloutée, avec des notes de jus de groseille, de cassis.

• **Coteaux du Lyonnais blanc** : Louis Tête, Vieilles vignes 2021, 7,50 €. Fruits frais et croquants, très juteux pour un bouquet particulièrement frais. On retrouve ce fruité dans une matière fraîche et franche. Un plaisir immédiat.

Nicolas

Du 7 septembre au 4 octobre.

• **Languedoc** : **Châtea**u Paul Mas, Clos des Mûres 2020, 10,30 €. Superbe nez sur la cerise noire et la framboise écrasée avant d'évoluer vers des arômes presque fumés. Matière souple et ronde. Les tanins sont fondus et la finale s'étire sur la cerise noire, juteuse et salivante.

• **Touraine** : Famille Bougrier, Mon Côco 2020, 7 €. Nez aux notes de baies noires juteuses et une pointe d'épices douces. La bouche est volumineuse avec de la vivacité et de l'énergie. Les tanins sont veloutés et la trame acide titille les papilles.

Savour Club

Du 7 au 25 septembre.

• **Vin** de France : Jérémy Onde, cuvée M 2016, 15 €. Un 100 % mourvèdre très séduisant avec ses arômes intenses de fruits **rouges** et noirs, sa touche épicée et une belle puissance. La bouche est plus posée, avec une matière délicate, en finesse. Finale rafraîchissante.

Twil

Du 10 septembre au 22 octobre.

• **Juliénas** : **Châtea**u de Pougelon, Beauvernay 2019, 12,20 €. Des arômes de baies **rouges** et noires (cassis, framboise) et

CASTELNICOLAS2 - CISION 366481315

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

de poivre de Timut. La bouche est précise, avec un très joli fruit et des notes agrestes de feuilles de framboisier. Finale acidulée salivante.

• **Corbières** :**Châtea**u Aiguilloux, Trois Seigneurs 2017, 11,60 €. Le fenouil intense, le myrte, le thym sauvage, on se retrouve en pleine garrigue. Les petits fruits noirs viennent ensuite, juteux, sucrés. La bouche est gaie, pimpante, avec une acidité qui évite toute lourdeur. La matière est ronde, enveloppante avec des tanins charnus, légèrement sucrés.

V and B

Du 7 au 21 septembre.

• **Pays d'Oc** : Anne de Joyeuse, Camas **syrah** 2021, 3,66 €. Nez entre fleurs pourpres poudrées et juteux des petites baies noires. La bouche a gardé la chaleur de l'été, mais la fraîcheur n'est pas absente avec une trame intense, avant une finale mentholée.

• **Collines rhodaniennes blanc** : M. Chapoutier, Combe Pilate 2020, 11,50 €. Nez minéral, de thym sauvage, avant des arômes de fruits à chair **blanc**he. La bouche est précise avec une matière tendue. Finale salivante sur de jolis amers.

Veepee

Dès le 1er septembre.

• **Chinon** : Loire Propriété, Loire Originelle 2020, 6,30 €. Framboise, cerise et groseille pour un nez gai, frais et pimpant avec une touche de fumé qui apparaît à l'aération. La bouche est enrobante, avec de petits tanins poudrés et une trame fraîche qui promet quelques belles années de garde.

• **Médoc cru** bourgeois : **Châtea**u du Perier 2016, 6,60 €. Les fruits **rouges**, mûrs et juteux et de légères notes boisées composent un nez d'un grand classicisme. Les tanins sont encore là, mais veloutés et structurants, dans une matière qui a su rester fraîche, intense et salivante en finale avec de petites notes réglissées.

Wine and co

Du 30 août au 4 octobre.

• **Cahors** : **Châtea**u Lamartin, Tandem 2020, 9,90 €. La puissance de l'alcool tempérée par les fruits noirs confiturés et les épices. Finesse et précision de la matière, structurée par des tanins veloutés.

• **Bourgueil** : Domaine de la Chevalerie, Peu Muleau 2018, 13 €. Le fruit, encore et toujours, frais, juteux. Bouche ronde et ample, avec une matière généreuse. Finale tendue par une acidité bienvenue.

• **Sauternes** : **Châtea**u de Fargues 1996, 72 €. Fruits exotiques et fruits à coques ne cachent pas une fraîcheur intense, préservée. En bouche, on retrouve les fruits mûrs, des notes pâtissières soulignés par le curry doux, le safran. Une merveille !

Millésimes

Du 14 septembre au 5 octobre.

• **Franche-Comté :** Domaine de la Pâturie, Coeur des loups 2019, 18 €.Un chardonnay avec tous les marqueurs classiques au nez qui se révèle beurré, légèrement toasté avec une finale saline... Décidément, le cépage est adaptable.

CASTELNICOLAS2 - CISION 366481315

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Petit Ballon

Du 2 septembre au 2 octobre.

• **AOP** Bergerac sec : Clos le Joncal, Nuit Blanche 2021, 9,90 €.Un vin très plaisant, tout en fruit, élaboré par un domaine familial en bio, qui joue le tempo de la douceur et de l'acidité en mêlant sauvignon et sémillon.

Vinatis

Du 2 septembre au 9 octobre.

• **Vin** de France : Villa des Anges Jeff Carrel Réserve 2020, 6,20 €.Un vrai coup de coeur. Un beau tempérament, à la fois dans le fruit et contenant une belle complexité. À déguster avec une viande grillée.

Naturalia

Du 1er au 21 octobre.

• **Gigondas** : Domaine Fontavin 2018, 11,60 €.**Grenache**, mourvèdre, **syrah**, cinsault, clairette composent ce flacon très pur, aux tanins précis. Une bouche sur les épices et le poivre.

Netto

Du 1er au 19 septembre.

• **AOP Cahors** : **Châtea**u Bladinières 2020, 3,34 €.Des arômes de fruits noirs et d'épices au nez que l'on retrouve dans une bouche souple et ronde. Facile à apprécier avec des aiguillettes de canard.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **936868**
Sujet du média : **Lifestyle**

8 Septembre 2022
Journalistes : **Rita Santourian**
Nombre de mots : **845**

www.pleinevie.fr

Visualiser l'article

Pleine vie

• 1 /5 Mas Olivier grande réserve, faugères, 2021, vendu 3,95 euros à Carrefour

Visuel indisponble

• 2 /5 Bad Boy vin de France, 2020, vendu 5,95 euros par Carrefour

Visuel indisponble

• 3 /5 Domaine des Montillets Côte du Py, Morgon, 2021, vendu 6,95 euros par Carrefour

Visuel indisponble

• 4 /5 Ogier ventoux les Berceaux, 2021, vendu 7,50 euros par Nicolas

Visuel indisponble

• 5 /5 Domaine de l'Ancienne Mercerie, faugères, 2016, vendu 9,90 euros par Lavinia

Visuel indisponble

Dans Le Parisien de ce jeudi, le sommelier-expert Frédéric Sénéchal dresse une liste de sa sélection de bonnes affaires pour la foireaux vinsde cette rentrée. Nous vous en dévoilons cinq parmi les rouges.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

franceinfo:

Famille du média : **Radios Nationales**
Audience : **16806500**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

10 Septembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3069**

www.francetvinfo.fr

Visualiser l'article

"On peut trouver des vins à moins de 8 euros qui sont de très bonne qualité", Christopher Hermelin, directeur de la marque Nicolas

Le célèbre caviste né en 1822 célèbre ses 200 ans. La marque compte 506 magasins en France et 50 à l'étranger. Christopher Hermelin, directeur de Nicolas, est l'invité d'Olivier de Lagarde.

Le caviste Nicolas ou la démocratisation du vin en bouteille et de la livraison à domicile. (MARTIN NODA / HANS LUCAS VIA AFP)

L'entreprise, deux fois centenaire, réalise 300 millions de chiffre d'affaires annuel. Nicolas compte 506 magasins en France et 50 à l'étranger, qu'il possède en propre dans son immense majorité. Un tiers de ses magasins est à Paris.

La démocratisation du vin en bouteille

Nicolas, c'est Louis Nicolas, un entrepreneur de génie qui va révolutionner le commerce du vin. A l'époque, pour consommer, il fallait se rendre dans une taverne, ou acheter une barrique ; ce qui était réservé à une clientèle très aisée. Louis Nicolas va avoir l'idée de reprendre l'usage, qu'on avait alors en Angleterre, de vendre le vin dans une bouteille en verre.

C'est un succès, son premier magasin, situé au 53, rue Sainte Anne à Paris ne désemplit pas. Il va rapidement ouvrir trois autres dépôts dans la capitale. Sa deuxième idée de génie va avoir lieu en 1840 lorsqu'il met en place la livraison à domicile. Dès lors, le vin va entrer dans la maison de chaque français, et fera la fortune de Louis Nicolas.

Des affiches iconiques

La notoriété de Nicolas s'est affirmée grâce à une communication publicitaire intense, notamment en affichage avec

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

l'apparition de Nectar en 1922, à l'occasion du centenaire de Nicolas. Né du crayon de l'affichiste 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, connut un succès populaire immédiat et indiscuté. Devenu l'emblème incontesté de la Maison Nicolas, les publicitaires donneront chaque année à Nectar un nouvel aspect, et cela pendant plus de 50 ans.

Foire aux vins : un rendez-vous qui n'est pas que masculin

"La foire aux vins est un moment important pour Nicolas mais nous ne sommes pas dans la même logique que la grande-distribution", explique Christopher Hermelin. *"C'est pour nous l'occasion de renouer avec notre clientèle après les vacances, en lui proposant de nouveaux vins avec des prix qui respectent à la fois le vigneron et le client, cela va de 4,45 à 44 euros. L'idée est que ce soit le plus accessible pour le plus grand nombre."*

Enfin, *"si historiquement le vin était un produit masculin* poursuit Christopher Hermelin, *les choses sont en train de changer. Aujourd'hui, quand vous regardez nos acheteurs, nous sommes pratiquement à 50/50. Les jeunes femmes, trentenaire et quadra, se sont prises de passion pour le vin et achètent. Et cette féminisation du vin se voit aussi par la multiplication des femmes cavistes, d'oenologues et maîtresses de chais."*

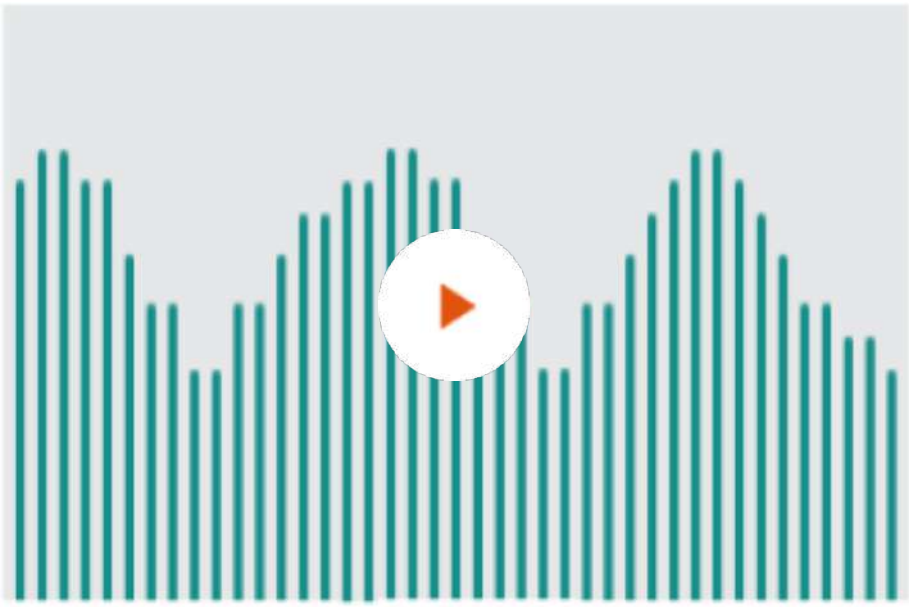
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

franceinfo:

21h | Minuit Week-end

10 Septembre 2022
Durée de l'extrait : **00:05:09**
Heure de passage : **22h24**
Disponible jusqu'au :
9 Novembre 2022



Résumé: Ça nous marque - Le célèbre caviste Nicolas, né en 1822, célèbre ses 200 ans. Itw de Christopher Hermelin, directeur de la marque Nicolas.

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
21:00 - 00:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Actualités-Infos Générales

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Courrier picard

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **286000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **11 septembre 2022 P.24**

Journalistes : **ANTHONY QUINDROIT**

Nombre de mots : **765**

L'ENTRETIEN ROUGE AUX LÈVRES

"À la base, le vin est un produit populaire"

Avec son peps et ses goûts éclectiques, Margot Ducancel, originaire de Bayonvillers, dans la Somme, dépoussière l'univers du vin et met en avant des pépites à petits prix.

Propos recueillis par
ANTHONY QUINDROIT

Elle est tannique, Margot Ducancel. Pardon, tonique ! Sur son compte Instagram *Rouge aux lèvres*, elle parle vin avec simplicité et une passion communicative. La formule s'avère gagnante : sa communauté compte bientôt 39 000 membres, la plaçant en tête des « Influenceuses vin » en France. Sa petite structure se développe à fond les ballons (de rouge, bien sûr) : un « quartier général » Rouge aux lèvres va ouvrir à Paris, les événements pour les 450 membres de son club œnologique exclusivement féminin se multiplient et son diastème s'affirme même sur son premier livre *Kit de survie du wine lover*.

Un sacré parcours pour cette Picarde qui n'y connaissait quasiment rien en Bordeaux et autres Rasteau avant d'être assignée par hasard et erreur au département « Grands crus » lors d'un stage dans une maison de vente aux enchères ! Cette heureuse confusion lui a fait découvrir un monde et un vocabulaire qu'elle ne maîtrisait pas et qu'elle a eu envie de partager et de rendre plus accessible.

Et, comme les foires aux vins s'affichent actuellement en 4 par 3, elle livre ses « tips », ses tuyaux, pour s'y repérer sans être un expert en grande cuvée.

Alors que les foires aux vins sont lancées, Rouge aux lèvres – son pseudo d'influenceuse sur Instagram et dans l'édition – nous livre ses conseils (DR Veepee)

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 8462563600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

« Le vin, on l'a tellement sacralisé, qu'on le paye aujourd'hui »

Comment se prépare-t-on avant de se rendre à une foire aux vins quand on est novice ?

Ce n'est pas toujours simple surtout qu'il y a de plus en plus d'enseignes, tant dans les circuits classiques que dans le e-commerce, et d'indépendants qui s'y mettent. Il faut d'abord savoir si l'on veut des vins que l'on va conserver, faire vieillir, ou du « prêt à boire », des bouteilles que l'on prend pour la consommation classique à l'année. Il faut aussi déterminer le budget que l'on veut mettre.

Après, personnellement, je consulte la presse spécialisée et je fais mon shopping. J'aime bien aller vers des découvertes, des appellations plus underground, plus confidentielles. D'autant que l'on trouve des prix hyper-compétitifs sur de belles choses.

Vous le disiez, de plus en plus d'enseignes s'y mettent. Même les enseignes de hard discount. Qu'est-ce que cela vous inspire ?

Je trouve ça très bien que des enseignes comme Lidl participent. C'est une belle évolution car, à la base, le vin est un produit populaire. On l'a tellement sacralisé qu'on le paye aujourd'hui : pour certains, c'est un univers poussiéreux, un monde d'initiés et d'entre-soi ; il y a dix ans, c'était encore un monde très fermé, très masculin. Il y a un travail de reconquête à faire. Alors, cela participe de ce regain de popularité. D'autant que l'on peut y trouver des pépites à 6 € ! Et les gens veulent se faire plaisir tout en cherchant des prix.

Et, quand on est devant la bouteille, quelles questions poser ou se poser ?

On se retrouve face à pléthore de bouteilles et on ne peut pas toujours déguster – ce qui est important car il faut suivre son goût – ou trouver quelqu'un pour poser des questions. Personnellement, je regarde l'appellation, j'essaie de me renseigner sur le millésime, dont la qualité varie selon les régions. Après, j'aime bien que le vin soit engagé Haute qualité environnementale, bio ou biodynamie… Je me dis qu'au moins le vigneron ou la maison de négoce font un minimum gaffe au produit.

Après, je reviens au goût de chacun. Par exemple, j'aime la Syrah. Mais on peut trouver ce cépage dans d'autres bouteilles que des Côtes Rôties ! Autant se renseigner avant sur les appellations.

Quels sont vos coups de cœur pour cette foire aux vins ?

Ce que j'aime, c'est que l'on peut trouver des belles choses de 4 à 10 €, des pépites à la cool. Ma sélection : l'EthicDrinks « Sous l'océan » Syrah 2020 sur Veepee, le Château Bernadotte Haut-Médoc – Cru Bourgeois Supérieur 2018 à Intermarché et le Chapoutier Crozes Hermitage 2021 bio chez Nicolas. ■

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 8462563600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Courrier picard

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **1028163**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Septembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **4554**

www.courrier-picard.fr

Visualiser l'article

Margot Decancel, de Bayonvillers, dépoussière vos caves: «À la base, le vin est un produit populaire»

Avec son peps et ses goûts éclectiques, Margot Ducancel, originaire de Bayonvillers, dans la Somme, dépoussière l'univers du vin et met en avant des pépites à petits prix.

Par la rédaction

Temps de lecture:

4 min

Partage :

Propos recueillis par

ANTHONY QUINDROIT

E lle est tannique, Margot Ducancel. Pardon, tonique ! Sur son compte Instagram Rouge aux lèvres , elle parle vin avec simplicité et une passion communicative. La formule s'avère gagnante : sa communauté compte bientôt 39 000 membres, la plaçant en tête des « Influenceuses vin » en France. Sa petite structure se développe à fond les ballons (de rouge, bien sûr) : un « quartier général » Rouge aux lèvres va ouvrir à Paris, les événements pour les 450 membres de son club oenologique exclusivement féminin se multiplient et son diastème s'affirme même sur son premier livre Kit de survie du wine lover

Un sacré parcours pour cette Picarde qui n'y connaissait quasiment rien en Bordeaux et autres Rasteau avant d'être assignée par hasard et erreur au département « Grands crus » lors d'un stage dans une maison de vente aux enchères ! Cette heureuse confusion lui a fait découvrir un monde et un vocabulaire qu'elle ne maîtrisait pas et qu'elle a eu envie de partager et de rendre plus accessible.

Et, comme les foires aux vins s'affichent actuellement en 4 par 3, elle livre ses « tips », ses tuyaux, pour s'y repérer sans être un expert en grande cuvée.

« Le vin, on l'a tellement sacralisé, qu'on le paye aujourd'hui »

Comment se prépare-t-on avant de se rendre à une foire aux vins quand on est novice ?

Ce n'est pas toujours simple surtout qu'il y a de plus en plus d'enseignes, tant dans les circuits classiques que dans le e-commerce, et d'indépendants qui s'y mettent. Il faut d'abord savoir si l'on veut des vins que l'on va conserver, faire vieillir, ou du « prêt à boire », des bouteilles que l'on prend pour la consommation classique à l'année. Il faut aussi déterminer le budget que l'on veut mettre.

Après, personnellement, je consulte la presse spécialisée et je fais mon shopping. J'aime bien aller vers des découvertes, des appellations plus underground, plus confidentielles. D'autant que l'on trouve des prix hyper-compétitifs sur de belles choses.

Vous le disiez, de plus en plus d'enseignes s'y mettent. Même les enseignes de hard discount. Qu'est-ce que cela vous inspire

0PgxrXDQ7AWvXYPFkPql8U3q4HrJU-MgzM9Ttoe_Xnv3cjcf34bHHWpqN3ke7ZnogbLN1jgNOjw4p3mhYTZlMIAN2Vj

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

?

Je trouve ça très bien que des enseignes comme Lidl participent. C'est une belle évolution car, à la base, le vin est un produit populaire. On l'a tellement sacralisé qu'on le paye aujourd'hui : pour certains, c'est un univers poussiéreux, un monde d'initiés et d'entre-soi ; il y a dix ans, c'était encore un monde très fermé, très masculin. Il y a un travail de reconquête à faire. Alors, cela participe de ce regain de popularité. D'autant que l'on peut y trouver des pépites à 6 ¤ ! Et les gens veulent se faire plaisir tout en cherchant des prix.

Et, quand on est devant la bouteille, quelles questions poser ou se poser ?

On se retrouve face à pléthore de bouteilles et on ne peut pas toujours déguster ce qui est important car il faut suivre son goût ou trouver quelqu'un pour poser des questions. Personnellement, je regarde l'appellation, j'essaie de me renseigner sur le millésime, dont la qualité varie selon les régions. Après, j'aime bien que le vin soit engagé Haute qualité environnementale, bio ou biodynamie... Je me dis qu'au moins le vigneron ou la maison de négoce font un minimum gaffe au produit.

Après, je reviens au goût de chacun. Par exemple, j'aime la Syrah. Mais on peut trouver ce cépage dans d'autres bouteilles que des Côtes Rôties ! Autant se renseigner avant sur les appellations.

Quels sont vos coups de coeur pour cette foire aux vins ?

Ce que j'aime, c'est que l'on peut trouver des belles choses de 4 à 10 ¤, des pépites à la cool. Ma sélection : l'EthicDrinks « Sous l'océan » Syrah 2020 sur Veepee, le Château Bernadotte Haut-Médoc Cru Bourgeois Supérieur 2018 à Intermarché et le Chapoutier Crozes Hermitage 2021 bio chez Nicolas.

0PgxrXDQ7AWvXYPFkPql8U3q4HrJU-MgzM9Ttoe_Xnv3cjcf34bHHWpqN3ke7ZnogbLN1jgNOjw4p3mhYTZlMIAN2Vj

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Alors que les foires aux vins sont lancées, Rouge aux lèvres son pseudo d'influenceuse sur Instagram et dans l'édition nous livre ses conseils (DR Veepee)

0PgxrXDQ7AWvXYPFkPql8U3q4HrJU-MgzM9Ttoe_Xnv3cjcf34bHHWpqN3ke7ZnogbLN1jgNOjw4p3mhYTZlMlAN2Vj

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

L'EXPRESS

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **1320000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **Du 15 au 21 septembre 2022 P.13-14**

Journalistes : **P. R.**

Nombre de mots : **426**

Foires aux vins

Gros plan

Cuvées 2022 : les signes distinctifs de qualité

Les médailles arborées par certains vins sont pour les consommateurs un gage de qualité.

Une fois devant les linéaires de vins des supermarchés, comment les consommateurs font-ils leur choix ? Le prix et la région de production sont, bien entendu, des critères essentiels. Mais selon une récente étude réalisée par Viavoice (avril 2022), 59 % des personnes interrogées s'en remettent aux médailles décernées lors des concours vinicoles. Ainsi, 85 % des sondés déclarent qu'une médaille met en valeur un vin et constitue un gage de qualité. Mieux, elle rassure 76 % des consommateurs lors de l'acte d'achat et incite 7 personnes sur 10 à acheter le vin distingué.

Un résultat qui a de quoi satisfaire Michel Bernard, président de l'Association des grands concours vinicoles : « Notre mission est de veiller à la rigueur des procédures, à la formation des dégustateurs. Nous sommes le garant de la qualité des vins médaillés », explique-t-il. L'association regroupe aujourd'hui huit manifestations régionales prestigieuses : le concours des Grands Vins de France (Mâcon), ainsi que des Vins de Provence (Arcs-sur-Argens), des Vins de la Vallée du Rhône (Orange), des Vignerons indépendants (Paris), du Tastevinage (Clos-Vougeot), des Vins du Val de Loire (Angers), des Vins d'Alsace (Colmar) et des Vins d'Aquitaine (Bordeaux).

Les stars des vignobles n'y décrochent pas de récompense pour la simple raison qu'elles n'y présentent pas leurs vins. Mais faire confiance aux vins médaillés vous permettra de découvrir des quilles de qualité, qu'elles soient produites par des vignerons indépendants ou des caves coopératives. Bonnes découvertes ! ✷

P. R.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 2020763600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Vin de France

RÉGION D'ORIGINE	NOM du DOMAINE/*de la CUVÉE*	TYPE	MILLÉSIME	PRIX EN €	SERVICE	ENSEIGNE
BORDEAUX	La Cuvée Bistrot de Puy Arnaud		2019	11,50		SAVOUR CLUB
BOURGOGNE	Famille Paquet *Pinot Noir*		2020	7,50		SAVOUR CLUB
LANGUEDOC	Nicolas Vellas *Orange wine for the Curious*		2021	8		E.LECLERC
LANGUEDOC	Cave de Roquebrun *Roqcep*		2021	3,50		E.LECLERC
LANGUEDOC	Gérard Bertrand *Genora*		2021	6,93		AUCHAN
LANGUEDOC	Mas Peyrolle *Vere*		2019	13,90		LA GRANDE ÉPICERIE DE PARIS
LANGUEDOC	Gens et Pierres *Le Perdreau de l'année*		2019	8,10		SAVOUR CLUB
LANGUEDOC	Domaine Montrose *Carignan blanc Rare*		2020	6,90		SAVOUR CLUB
LANGUEDOC	A Vu de nez By Jeff Carrel		2020	7,90		WINEANDCO
LOIRE	Les Eclaireurs *L'Un des sens*		NM	4,70		E.LECLERC
LOIRE	Domaine François Chidaine *Les Argiles*		2019	21		LES PASSIONNÉS DU VIN
LOIRE	Domaine de Montcy *Gloria*		2020	14,50		SAVOUR CLUB
LOIRE	Sapristi !		2020	6,70		SAVOUR CLUB
LOIRE	Fabien Brutout Pétillant naturel *La Bulle du Facteur*		2021	12		LAVINIA
PARIS	Les Vignerons parisiens Metropolitan *Cuvée Urbaine*		2020	9,95*		FRANPRIX
PROVENCE	Domaine L'Isle Saint Pierre *Soreli*		NM	9,90		SAVOUR CLUB
RHÔNE	Domaine Les Ondines *Cuvée M (1)*		2016	13,90		SAVOUR CLUB
RHÔNE	Chai Saint Olive *Cuvée 812 Chardonnay*		2020	14,25		SAVOUR CLUB
RHÔNE	Jean-Marie Guffens Château des Tourettes *Chardonnay*		2017	19,46		IDEALWINE
RHÔNE	Domaine de La Grapperie *L'Enchanteresse*		2019	26,10		IDEALWINE
RHÔNE	Château Mourgues du Grès *Les Voyageurs*		2021	8,50		NYSA
ROUSSILLON	Domaine Mirmanda *Cibelle*		2020	13,90		MILLÉSIMES
SUD-OUEST	Christophe Avi *l'Avi est Belle*		2021	8,50		MONOPRIX
SUD-OUEST	Compair Igor *Lo Vin Novel*		2021	7,95		BIOCOOP
SUD-OUEST	Domaine Plageoles *Contre-Pied Blanc*		2020	9		WINEANDCO
SUD-OUEST	Laplace L'Ours mal léché *Esprit Sauvage*		NM	5,95		CARREFOUR HYPER

Vins du Monde

PAYS D'ORIGINE	APPELLATION	NOM du DOMAINE/de la CUVÉE	TYPE	MILLÉSIME	PRIX EN €	SERVICE	ENSEIGNE
AFRIQUE DU SUD	Stellenbosch	Domaine Taaibosch Crescendo		2018	29,90		MILLÉSIMES
ESPAGNE	Rioja	Matarromera Prestigio		2015	16,99		VEEPEE
ÉTATS-UNIS	Californie	Domaine Showdown Red Zinfandel		2019	6,60		VEEPEE
ITALIE	Passito di Pantelleria	Carole Bouquet		2020	29,50		CARREFOUR MARKET
ITALIE	Etna	Firriato Sabbie Dell'Etna		2021	14,90		MONOPRIX
ITALIE	Piemonte	Ottobucce		2019	7,50		MONOPRIX
LIBAN	Bekaa	Château Kefraya		2016	26,10		IDEALWINE
PORTUGAL	Douro	Roquette & Cazes		2018	18,95		CARREFOUR HYPER

Bio Biodynamie Sans sulfites ajoutés Rouge Rosé Ambré Orange Blanc Blanc doux Prêt Garde

CALENDRIER FOIRES AUX VINS 2022

GRANDE DISTRIBUTION et CAVISTES

AUCHAN	Jusqu'au 11 octobre
CARREFOUR Hyper	Du 27 septembre au 10 octobre
CARREFOUR Market	Du 6 au 23 octobre
CARREFOUR Proxi	Du 26 septembre au 9 octobre
E.LECLERC	A partir du 4 octobre
FRANPRIX	Du 19 septembre au 9 octobre
INTERMARCHÉ	Jusqu'au 25 septembre
LA GRANDE ÉPICERIE DE PARIS	Jusqu'au 5 octobre
LAVINIA	Jusqu'au 5 octobre
LES CAVES DE LA MÈRE GERMAINE	Jusqu'au 2 octobre
LIDL	A partir du 7 septembre
MAGASINS U	Du 27 septembre au 8 octobre
MONOPRIX	Jusqu'au 2 octobre
NICOLAS	Jusqu'au 4 octobre
NYSA	Jusqu'au 25 septembre

SITES INTERNET

CAVISSIMA	Jusqu'au 3 octobre
CHATEAUNET	Jusqu'au 24 septembre
IDEALWINE	Jusqu'au 27 septembre
LE PETIT BALLON	Jusqu'au 2 octobre
LES PASSIONNÉS DU VIN	Jusqu'au 26 septembre
MILLÉSIMES	Jusqu'au 5 octobre
SAVOUR CLUB	Jusqu'au 25 septembre
VEEPEE	Jusqu'au 22 septembre
VINATIS	Jusqu'au 9 octobre
VIN MALIN	Jusqu'au 30 septembre
WINEANDCO	Jusqu'au 4 octobre
XO-VIN	Jusqu'au 7 octobre

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

toutlevin.com

www.toutlevin.com

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **62440**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

15 Septembre 2022
Journalistes : **Sophie Quémard**
Nombre de mots : **7132**

Visualiser l'article

Foire aux vins 2022 : tout ce qu'il faut savoir !

Le mois de septembre n'est pas que synonyme de rentrée scolaire. Il est depuis de nombreuses années associé à la foire aux vins qui anime vos cavistes et vos magasins ! Que vous soyez amateur ou novice, Toutlevin a réuni pour vous l'essentiel des informations à connaitre absolument pour réussir vos achats et vous doter d'une cave à moindre prix.

Nos conseils pour une foire aux vins réussie

Organisée chaque année, deux fois par an, au printemps et à l'automne, la foire aux vins est le rendez-vous favori de tous ceux qui veulent renouveler leur cave ou profiter de prix préférentiels pour en créer une !

Si l'habitué sait vers quelle référence se tourner et repérer les bons plans, le novice, quant à lui, a besoin de davantage d'éclairage.

Quoi qu'il en soit, Toutlevin a choisi de vous délivrer quelques conseils avisés pour faire de la foire aux vins le moment clé dans l'année afin de constituer votre cave... Et vous aider à vous y retrouver !

C'est vrai que toutes les enseignes y vont bon train : les offres sont nombreuses, les catalogues variés... Comment se repérer et comment être sûr de faire de bonnes affaires ?

- Commencez par **comparer les offres des enseignes** pour sélectionner quelques vins qui vous intéressent. Certes, cela requiert un peu de temps en amont, mais vous serez plus efficace dès le début des promotions.

- **Faites le point sur vos besoins, tant en vin qu'en quantité** . Vous n'avez plus de vins de Bordeaux ? Vous n'aurez aucun mal à vous en procurer car ce sont les grands incontournables de la foire aux vins. Le Champagne est exclusivement ce que vous recherchez ? Ou des vins d'Alsace ? La connaissance précise de vos besoins vous mènera vers la bonne enseigne, car toutes ne proposent pas les mêmes sélections.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

- **Participez à quelques soirées de lancement** , les fameuses soirées inaugurales pour bénéficier de prix préférentiels. Et si l'occasion se présente, profitez des dégustations organisées par les distributeurs pour vous faire un avis.

- **Ne vous cantonnez pas aux vins que vous avez l'habitude de boire, voyez plus large** ! Variez les appellations, mixez les styles de vins. Envie d'un vin argentin ? La foire aux vins est aussi l'opportunité ou jamais de pouvoir acquérir de grands crus à bon prix. A bon entendeur !

- Un, deux, trois, partez ! La foire aux vins a commencé dans votre magasin favori ? **Ne tardez plus à vous y rendre** . Plus vous irez tôt, plus vous bénéficierez des bonnes affaires, souvent disponibles hélas en plus petites quantités. Mais prévoyez aussi d'y retourner les derniers jours, là où certaines enseignes bradent des bouteilles par-ci par-là. C'est toujours bon à prendre, non, et peut-être l'occasion de goûter de nouveaux vins ?

La Foire aux vins dans les enseignes : les dates à retenir

Les cavistes

Nicolas

Les cavistes Nicolas organisent la foire aux vins **du 7 septembre au 4 octobre 2022** . En ligne ou en boutique, accédez à une 60aine de cuvées, dont une majorité de vins rouges, de vins blancs et de champagnes.

Avec de nombreuses références à moins de 10 €, préparez vos achats avec le catalogue de la foire aux vins Nicolas .

La Vignery

A La Vignery, la foire aux vins se déroule aussi **du 7 septembre et 4 octobre 2022** , en ligne ou dans une de leurs 22 boutiques en France.

Une large sélection de vins de Bordeaux et de Bourgogne vous attend. Avec des rouges, des blancs, des rosés et des bulles, le catalogue de la foire aux vins La Vignery est une farandole de promotions !

La Grande Distribution

E. Leclerc

Retenez 2 dates : la Foire aux Vins débute **le 5 septembre 2022 sur internet** , tandis que ce sera **le 4 octobre 2022 en magasin** . Notez aussi qu'une avant-première est prévue dès le 19 septembre.

L'enseigne organise cet évènement dans plus de 600 de ses magasins où 250 vins qui constituent la sélection nationale seront proposés. Attention toutefois à bien vous renseigner en amont sur la disponibilité de certaines cuvées dans tous les centres.

Cette année, E.Leclerc a choisi notamment de mettre en avant les jeunes vignerons et la viticulture durable.

Préparez vos emplettes sur le catalogue de la Foire aux Vins E.Leclerc .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Groupe Casino

Du 29 août au 11 septembre 2022 , ce sont les enseignes Géant Casino et Casino supermarchés qui ouvrent le bal de la foire aux vins 2022. Les petites enseignes du groupe comme Petit Casino, Spar, Vival et Sherpa entrent ensuite dans la ronde **du 7 au 18 septembre** .

Plus de 500 vins sont proposés à la vente : voyez le catalogue de la foire aux vins du groupe Casino !

Auchan

Chez Auchan, la foire aux vins se déroule **du 6 au 25 septembre 2022** pour les supermarchés et **du 27 septembre au 11 octobre 2022** pour les hypermarchés.

Un peu moins de 300 références sont à la vente avec un accent mis sur les vins certifiés en agriculture biologique et ceux certifiés HVE (Haute Valeur Environnementale).

Feuilletez le catalogue de la foire aux vins Auchan et préparez votre shopping list !

Intermarché

C'est **du 6 au 25 septembre 2022** que se déroule la foire aux vins Intermarché. L'enseigne propose pour l'évènement une offre variée et de qualité de 1650 références ! 390 appellations pour 17 régions représentées, voilà pour le détail. Et si on vous dit Château d'Yquem ou Château Mouton-Rothschild ? Consultez le catalogue de la foire aux vins Intermarché et repérez sans tarder le magasin le plus proche.

Système U

Du 27 septembre au 8 octobre 2022 , rendez-vous dans votre Super U, Hyper U ou magasin U pour la foire aux vins. Parmi les 700 références à la vente, retrouvez des vins français, mais aussi étrangers, des vins issus de productions biologiques et biodynamiques et enfin des vins certifiés HVE et Terra Vitis...

Carrefour

Les hypermarchés Carrefour organisent leur foire aux vins **du 27 septembre au 10 octobre 2022** . Ce sont donc 230 magasins qui dévoileront environ 1000 cuvées. Rapprochez-vous du magasin le plus proche pour connaitre les références en vente, l'offre nationale étant répartie en 8 catalogues.

Mais notez que **dès le 14 septembre et jusqu'au 30 octobre** , la foire aux vins se passera aussi en ligne ! Le décompte est lancé !

Le Savour

Pas le temps ou pas envie de vous déplacer ? Le Savour, caviste en ligne, organise sa foire aux vins **du 7 au 25 septembre 2022** . Et pour l'occasion, ce sont les Vins De France qui sont mis à l'honneur. Complémentaire des IGP et AOC, c'est une dénomination nationale qui prône la créativité des vignerons, à l'origine de véritables pépites !

Laissez-vous surprendre et retrouvez cette superbe sélection sur le catalogue de la foire aux vins Le Savour .

En point de vente, sur internet, à retirer en magasin ou au drive, retrouvez la foire aux vins dans vos enseignes préférées. Des prix tout doux, des cuvées de qualité, des millésimes variés et aussi des spiritueux : la foire aux vins bat son plein ! Pour tous

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

les goûts et tous les budgets, cet évènement fait aussi la part belle à la transition écologique vers laquelle de nombreux vignerons se sont tournés.

CASTELNICOLAS2 - CISION 366681548
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LE FIGARO MAGAZINE

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **1358000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **Du 16 au 17 septembre 2022 P.72**

Journalistes : **Valérie Faust**

Nombre de mots : **789**

Spécial Vins

MINIPRIX ET MAXICHOIX

Par Valérie Faust

En 2022, la grande distribution et les cavistes s'adaptent à des comportements qui ont changé ces dernières années. Plus exigeants, les Français souhaitent consommer moins mais mieux, dénicher davantage de produits de proximité, des vins d'un bon rapport qualité-prix, frais, fruités et légers. Ils veulent également en savoir plus sur l'élaboration des jus, l'histoire des vignerons et leur domaine.

Avec un pouvoir d'achat en berne et une inflation galopante, le fil rouge des foires aux vins d'automne est tout trouvé. Il déroule des prix serrés, tissant des liens avec des vins au meilleur rapport qualité-prix-plaisir. Des crus accessibles, faciles à boire, de soif, joyeux et gouleyants, à consommer à table certes mais également en dehors des repas, notamment lors d'un apéritif dînatoire. La tendance née pendant les confinements, fait de la résistance. Ces vins de copains, de partage, tablent sur la gourmandise et *« l'accessibilité »* qui revient comme un refrain chanté en chœur par les grandes enseignes comme les cavistes les plus pointus.

Les foires aux vins signent le retour des bonnes affaires pour faire, à petit prix, le plein de sa cave ou de vins à consommer dans l'année. Malgré une conjoncture complexe, la sélection 2022 semble encore plus affûtée que les autres années. Les experts en vins ont dû jongler avec le contexte sanitaire difficile pour dénicher de jolis crus à prix ténus. Se sont ajoutés, en 2021, de lourds aléas climatiques entraînant une récolte désastreuse pour bon nombre de régions viticoles (Loire, Bourgogne, Languedoc, Provence, Jura, Aube…), impactant le prix des vins. Tout comme la guerre en Ukraine qui, en engendrant une pénurie de matières premières, comme le verre, a elle aussi fait grimper le prix dès 2021. Et pourtant, les bons plans sont tout de même au rendez-vous ! Rappelons cependant que la loi Egalim n'autorise pas les promotions au-delà de – 34 %.

La demande en vin blanc a grandi ces dernières années, même s'il reste le Poulidor des foires aux vins (et des ventes en général), le rouge se hissant toujours sur la plus haute marche du podium. On voit fleurir des vins de Loire et du Beaujolais (La Grande Épicerie de Paris, Lavinia, Nicolas, Naturalia, E. Leclerc, Magasins U, Monoprix, Biocoop, Carrefour, Lidl, Auchan…), deux régions plébiscitées par les consommateurs pour leurs vins frais, légers et fruités. Car nombre d'enseignes (Intermarché, E. Leclerc, Nicolas, Franprix, Lidl…) ont construit leur foire aux vins en fonction des attentes de leurs clients et en analysant les résultats de l'année précédente. À raison puisque certaines ont carrément performé par rapport à 2020. Pour ceux qui ont bien voulu communiquer leur résultat : Magasins U (+ 6 %), Franprix (+ 7 %), Intermarché (+ 9 % malgré une baisse du prix moyen des vins de 23 %), Auchan (+ 16 %). Et une hausse insolente chez Nysa avec un chiffre d'affaires de + 142 %.

La dénomination Vin de France nouvelle génération se porte bien. Monoprix, E. Leclerc ou Nysa les considèrent comme une catégorie à part entière. Des vins nés de l'esprit d'innovation de certains vignerons qui veulent s'affranchir des contraintes imposées par les appellations. Selon Biocoop, certains Vin de France font même partie des meilleurs crus du pays. Les étiquettes pleines d'humour séduisent jeunes et moins jeunes qui n'ont pas envie de se pencher sur des classements et appellations compliqués… C'était d'ailleurs ce qui avait fait le succès du rosé, réduit à la portion congrue voire totalement absent des foires aux vins d'automne. La couleur reste celle de l'été.

À ceux qui recherchent de grands crus, rendez-vous à La Grande Épicerie de Paris, la Cave du Château, chez Lavinia (ou sur leur site web)… Les cavistes sont allés puiser dans leur stock des vins arrivés à maturité.

Quelques crus classés également en grande distribution : à Lidl, les châteaux Fombrauge et La Tour Carnet ; chez E. Leclerc, les châteaux La Gaffelière, Pape Clément rouge, La Lagune ; à Intermarché, des vins très rares : La Grange des Pères, La Petite Sibérie, les châteaux Palmer, Pavie, Haut-Brion…

Force est d'observer les percées remarquables de la région Languedoc-Roussillon et de l'Italie. La demande des consommateurs en vins bio et assimilés ne faiblit pas, tant s'en faut et la catégorie continue de progresser avec toujours plus de références dans les rayons. Au sein des magasins de province des grandes enseignes, le nombre de vins du cru s'est accru. Avec de jolies pépites à découvrir. De quoi réjouir les locavores à la recherche de vins de proximité. Vous l'aurez compris, il y en a pour tous les goûts. À vous de jouer et de profiter au maximum des bonnes affaires.

STOCK.ADOBE

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 2032863600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LE FIGARO MAGAZINE

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **1358000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

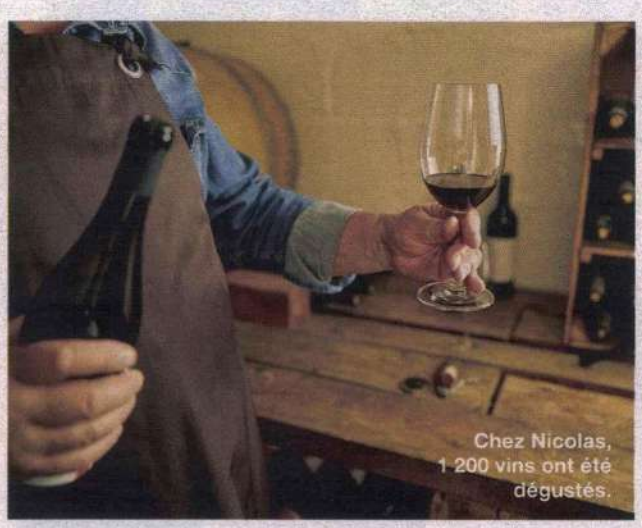
Edition : **Du 16 au 17 septembre 2022 P.90**

Journalistes : **V. F.**

Nombre de mots : **172**

CHEZ NICOLAS, LE JUSTE PRIX POUR LES CLIENTS ET LES VIGNERONS

Ici, l'amateur va pouvoir bénéficier d'une reprise moyenne de 20 %.



Chez Nicolas, 1 200 vins ont été dégustés.

La foire aux vins s'articule autour de l'accessibilité, la découverte et les belles appellations, précise Jérôme Poiret, directeur Pôle produit. Les œnologues Nicolas ont dégusté 1 200 échantillons provenant de 400 partenaires. Environ 50 % ont été retenus en fonction de plusieurs critères, celui de la dégustation primant sur les autres. *« La qualité sans concession et au juste prix tant pour les clients que pour les vignerons »,* argue-t-il. La moitié de l'offre est engagée dans une démarche durable et responsable. *« Nous avons eu de fortes demandes en vins* « nature » *par le passé mais cela semble s'atténuer. À pondérer du fait que nous proposons désormais des vins sans soufre ajouté toute l'année. »* Une remise de 20 % en moyenne sera appliquée pendant la foire aux vins. *V. F.*

60 références de 4,45 à 44,80 €.

NICOLAS *jusqu'au 4 octobre*

Région - Appellation	Type - Couleur	Domaine, Cuvée	Année	Prix foires aux vins	Spéc.	Note sur 100
Bourgogne - Mâcon		Labouré-Roi	2020	8,30 €		88
Languedoc - Coteaux du Languedoc		Ch. Paul Mas, Clos des Mûres	2020	10,30 €		90
Languedoc - Corbières		Les Herbes Hautes by Jeff Carrel	2019	9,50 €		90
Languedoc - IGP Pays d'Oc		Fils de Poule ! Syrah & Cabernet	2020	6,55 €		89
Rhône - Ventoux		Ogier, Les Berceaux	2020	7,50 €		89
Rhône - Côtes du Rhône Villages		Pierre Vidal, Sans l'Ombre du Soufre (bio)	2021	8,80 €		90
Bordeaux - Bordeaux Supérieur		Ch. du Lort	2019	7,95 €		88
Vin de France		Famille Bougrier, L'Artiste	2021	5,70 €		89
Roussillon - Côtes Catalanes		Dom Brial, Empreinte Nocturne	2021	7,40 €		88
Sud-Ouest - Saint Mont		Plaimont, Les Cépages Préservés	2020	7 €		89

STOCK.ADOBE ; SERVICE DE PRESSE

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

msn

www.msn.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **7348758**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

16 Septembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **5269**

Visualiser l'article

Foire aux vins 2022 : la meilleure bouteille à acheter par enseigne

Millésimes récents, cuvées qui sortent des sentiers battus, les foires aux vins de cet automne se veulent originales et proposent plutôt des découvertes que des cuvées classiques. Voici les quelques bonnes affaires de la rentrée.

Foire au vin Intermarché du 6 au 25 septembre

La bouteille à choisir : Muscadet Sèvre-et-Maine-sur-Lie, Domaine de l'Épinay, Clisson 2018, Blanc, 4,10 €

Cette année, Intermarché fait fort avec sa foire aux vins ! L'enseigne s'est décarcassée pour mettre en lumière des vins intéressants souvent laissés dans l'ombre. Ce muscadet en est un bel exemple, qui prouve que l'appellation peut produire de très bons vins. En plus d'être exquis, celui-ci est bio. Ses notes limpides, longues et salines accompagnent un beau poisson blanc à chair ferme.

Foire au vin Casino du 26 août au 11 septembre

La bouteille à choisir : Champagne Club des Sommeliers, élaboré par **Gosset**, 26,95 €

Peu d'excellents champagnes dans les foires aux vins, mais celui-ci échappe à la règle grâce à sa finesse et à son élégance. Ses notes fleuries et charnues en font un compagnon aussi bien pour l'apéro que pour un dîner.

Foire au vin Franprix du 19 septembre au 9 octobre

La bouteille à choisir : Bourgogne, Hautes Côtes de Nuits, Les Jamées 2020, Rouge, 13,50 €

Un coin de Bourgogne encore accessible, ces Hautes Côtes de Nuits qui bénéficient du changement climatique et offrent des vins de plus en plus beaux. Interprété par un grand vigneron comme Patrick Hudelot, ce vin s'impose comme une affaire à ne pas manquer. Vous goûterez ainsi un magnifique pinot noir, élégant et racé.

Foire au vin Cora du 13 septembre au 1er octobre

La bouteille à choisir : Médoc, Cru Bourgeois, Château Pierre de Montignac 2015, Rouge, 8,95 €

Voilà du bordeaux, mais attention pas le classique attendu. Légèrement réglissé, celui-ci offre du confort, juste ce qu'il faut pour ne pas créer l'ennui. Ceci dit, avec le traditionnel poulet du dimanche, il est bienvenu.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Foire au vin Leclerc du 4 au 15 octobre

La bouteille à choisir : Côtes du Roussillon Villages, Château de Jau 2021, Rouge, 6,95 €

Vignoble de France encore plein de mystères, les Côtes du Roussillon sont les grandes gagnantes du changement climatique. Sur les hauteurs, elles offrent des vins fluides et désaltérants. Ce vin bio a beau être rouge, il possède une fluidité simple et facile, tout en arborant une belle chair. À boire dans sa jeunesse ou à laisser vieillir.

Foire au vin Lavinia du 5 septembre au 3 octobre

La bouteille à choisir : Vin de France Fabien Brutout, La bulle du Facteur 2021, Pétillant naturel, 12 €

Bonne humeur et humour sont transmis grâce à ces bulles issues du cépage chenin, qui leur donne des saveurs très fruitées (notes d'abricot surtout). Ce pet'nat', comme on dit pour aller plus vite, offre une mise en bouche équilibrée et fraîche.

© Jean-Claude Amiel

CASTELNICOLAS2 - CISION 366745528

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Foire au vin Nicolas du 7 septembre au 4 octobre

La bouteille à choisir : Saint-Mont, Les Cépages Préservés 2020, Blanc, 7 €

Original entre tous, ce vin ne ressemble à aucun autre parce qu'il est élaboré uniquement avec des cépages propres à son terroir, comme le gros manseng, le petit courbu et l'arrufiac, loin des plants internationaux. Des noms qui peuvent paraître barbares mais donnent cette cuvée fruitée, fraîche et bien ancrée. Finale minérale et vive.

Foire au vin Le savour.fr du 7 au 25 septembre

La bouteille à choisir : Vin de France, Olivier Coste, Domaine Montrose, Carignan, Rare 2020, Blanc, 6,90 €

Issu d'un cépage devenu rare, le carignan blanc, ce vin sent le bonbon en général et la guimauve en particulier. Pourtant, il est bien sec, franc et net en bouche. Pas de sucre du tout dans cette cuvée qui s'impose comme un vin frais sur le palais. Voilà un vin bien pensé et bien fait, qui rafraîchit aussi les idées.

Foire au vin Wineandco.com du 30 août au 4 octobre

La bouteille à choisir : Coteaux du Languedoc, Mas de la Séranne, À l'ombre du figuier 2021, Rouge, 7,90 €

Ce vin bio est encore une preuve, s'il en fallait, que le Languedoc peut produire des vins élégants et juteux. Et il porte bien son nom, comme une invitation à trouver de la fraîcheur. Sans compter son côté sanguin qui appelle une côte de boeuf sur le gril. Une cuvée franche pleine de suggestions !

Foire au vin Millesimes.fr du 14 septembre au 5 octobre

La bouteille à choisir : Chorey-Lès-Beaune, Domaine Arnoux Père et Fils 2019, Rouge, 19,90 €

En Bourgogne, tout près de Beaune, il y a ce village caché, Chorey-lès-Beaune, qui propose depuis longtemps pourtant des petits trésors de saveurs. À la fois solaire et solide, celui-ci est certes encore jeune, mais si vous n'avez pas la patience de le garder, vous apprécierez déjà ses notes poivrées délicieuses et sa texture fine et profonde.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

© Jean-Claude Amiel

Microsoft est susceptible de recevoir des commissions si vous réalisez un achat après avoir cliqué sur un lien de cet article.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

msn

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **7348758**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

16 Septembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **5112**

www.msn.com

Visualiser l'article

Foire aux vins 2022 : la meilleure bouteille à acheter par enseigne

Millésimes récents, cuvées qui sortent des sentiers battus, les foires aux vins de cet automne se veulent originales et proposent plutôt des découvertes que des cuvées classiques. Voici les quelques bonnes affaires de la rentrée.

Foire au vin Intermarché du 6 au 25 septembre
La bouteille à choisir : Muscadet Sèvre-et-Maine-sur-Lie, Domaine de l'Épinay, Clisson 2018, Blanc, 4,10 €

Cette année, Intermarché fait fort avec sa foire aux vins ! L'enseigne s'est décarcassée pour mettre en lumière des vins intéressants souvent laissés dans l'ombre. Ce muscadet en est un bel exemple, qui prouve que l'appellation peut produire de très bons vins. En plus d'être exquis, celui-ci est bio. Ses notes limpides, longues et salines accompagnent un beau poisson blanc à chair ferme.

Foire au vin Casino du 26 août au 11 septembre
La bouteille à choisir : Champagne Club des Sommeliers, élaboré par Gosset, 26,95 €

Peu d'excellents champagnes dans les foires aux vins, mais celui-ci échappe à la règle grâce à sa finesse et à son élégance. Ses notes fleuries et charnues en font un compagnon aussi bien pour l'apéro que pour un dîner.

Foire au vin Franprix du 19 septembre au 9 octobre
La bouteille à choisir : Bourgogne, Hautes Côtes de Nuits, Les Jamées 2020, Rouge, 13,50 €

Un coin de Bourgogne encore accessible, ces Hautes Côtes de Nuits qui bénéficient du changement climatique et offrent des vins de plus en plus beaux. Interprété par un grand vigneron comme Patrick Hudelot, ce vin s'impose comme une affaire à ne pas manquer. Vous goûterez ainsi un magnifique pinot noir, élégant et racé.

Foire au vin Cora du 13 septembre au 1er octobre
La bouteille à choisir : Médoc, Cru Bourgeois, Château Pierre de Montignac 2015, Rouge, 8,95 €

Voilà du bordeaux, mais attention pas le classique attendu. Légèrement réglissé, celui-ci offre du confort, juste ce qu'il faut pour ne pas créer l'ennui. Ceci dit, avec le traditionnel poulet du dimanche, il est bienvenu.

Foire au vin Leclerc du 4 au 15 octobre
La bouteille à choisir : Côtes du Roussillon Villages, Château de Jau 2021, Rouge, 6,95 €

Vidéo associée : Foire aux vins 2022 chez Intermarché : notre sélection de bouteilles

Vidéo : https://www.msn.com/fr-fr/lifestyle/cuisine/foire-aux-vins-2022-la-meilleure-bouteille-%c3%a0-acheter-par-enseigne/ar-AA11TPxp?li=BBCIdeJ

Vignoble de France encore plein de mystères, les Côtes du Roussillon sont les grandes gagnantes du changement climatique. Sur les hauteurs, elles offrent des vins fluides et désaltérants. Ce vin bio a beau être rouge, il possède une fluidité simple et facile, tout en arborant une belle chair. À boire dans sa jeunesse ou à laisser vieillir.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Foire au vin Lavinia du 5 septembre au 3 octobre

La bouteille à choisir : Vin de France Fabien Brutout, La bulle du Facteur 2021, Pétillant naturel, 12 €

Bonne humeur et humour sont transmis grâce à ces bulles issues du cépage chenin, qui leur donne des saveurs très fruitées (notes d'abricot surtout). Ce pet'nat', comme on dit pour aller plus vite, offre une mise en bouche équilibrée et fraîche.

Vin rosé

© Fournis par ELLE

© Jean-Claude Amiel

Foire au vin Nicolas du 7 septembre au 4 octobre

La bouteille à choisir : Saint-Mont, Les Cépages Préservés 2020, Blanc, 7 €

Original entre tous, ce vin ne ressemble à aucun autre parce qu'il est élaboré uniquement avec des cépages propres à son terroir, comme le gros manseng, le petit courbu et l'arrufiac, loin des plants internationaux. Des noms qui peuvent paraître barbares mais donnent cette cuvée fruitée, fraîche et bien ancrée. Finale minérale et vive.

Foire au vin Le savour.fr du 7 au 25 septembre

La bouteille à choisir : Vin de France, Olivier Coste, Domaine Montrose, Carignan, Rare 2020, Blanc, 6,90 €

Issu d'un cépage devenu rare, le carignan blanc, ce vin sent le bonbon en général et la guimauve en particulier. Pourtant, il est bien sec, franc et net en bouche. Pas de sucre du tout dans cette cuvée qui s'impose comme un vin frais sur le palais. Voilà un

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

vin bien pensé et bien fait, qui rafraîchit aussi les idées.

Foire au vin Wineandco.com du 30 août au 4 octobre
La bouteille à choisir : Coteaux du Languedoc, Mas de la Séranne, À l'ombre du figuier 2021, Rouge, 7,90 €

Ce vin bio est encore une preuve, s'il en fallait, que le Languedoc peut produire des vins élégants et juteux. Et il porte bien son nom, comme une invitation à trouver de la fraîcheur. Sans compter son côté sanguin qui appelle une côte de boeuf sur le gril. Une cuvée franche pleine de suggestions !

Foire au vin Millesimes.fr du 14 septembre au 5 octobre
La bouteille à choisir : Chorey-Lès-Beaune, Domaine Arnoux Père et Fils 2019, Rouge, 19,90 €

En Bourgogne, tout près de Beaune, il y a ce village caché, Chorey-lès-Beaune, qui propose depuis longtemps pourtant des petits trésors de saveurs. À la fois solaire et solide, celui-ci est certes encore jeune, mais si vous n'avez pas la patience de le garder, vous apprécierez déjà ses notes poivrées délicieuses et sa texture fine et profonde.

Vin rouge
© Fournis par ELLE
© Jean-Claude Amiel

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

COURRIER cadres & dirigeants

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Bimestrielle**
Audience : **306000**
Sujet du média : **Education-Enseignement**

Edition : **Septembre - octobre 2022 P.122-124**
Journalistes : **Céline Tridon.**
Nombre de mots : **1050**

LES CUVÉES DE LA RENTRÉE

Les valises sont rangées, les vendanges bouclées, les écoles remplies. Et les vins tiennent leurs foires. Soit l'occasion de découvrir de nouveaux millésimes, de se laisser surprendre ou au contraire de privilégier des valeurs sûres. A chacun ses goûts et ses habitudes. Voici une sélection (non exhaustive) de flacons qui feront l'actualité des cavistes. **Par Céline Tridon.**

LES BIENFAITS DE LA NUIT

Cet IGP Côtes Catalanes, 100 % chardonnay, doit son nom aux « Vendanges de mi-nuit » du domaine Dom Brial. En vendangeant manuellement les chardonnay pendant la moitié de la nuit, les raisins conservent toute leur fraicheur. Cela donne un vin d'une belle rondeur à la dégustation, vif en fin de bouche. Idéal avec un tataki de saumon, c'est un excellent rapport qualité-prix.

Empreinte Nocturne, domaine Dom Brial, 9,30 €, chez les cavistes Nicolas

ATTENTION, SAVEURS

Robe citron, reflets verts, nez franc et attaque souple : ce sont quelques uns des qualificatifs de ce Crozes-Hermitage du domaine M.Chapoutier. Un vin d'une grande richesse, à l'étonnante explosion aromatique en bouche. Il se mariera parfaitement avec une viande blanche, mais toute sa saveur se révélera aussi avec des plats travaillés.

Crozes-Hermitage, domaine M.Chapoutier, 26,60 €, chez les cavistes Nicolas

PATIENCE...

Domaine pionnier du bio dans le Jura, le Clos des Grives n'utilise que des engrais organiques pour le travail du sol, ainsi que du cuivre et du soufre en quantité réduite. Et propose des vins d'une grande qualité, à l'instar de ce Côtes du Jura en 100 % chardonnay. Un vin sec et minéral qui dévoilera tout son potentiel après quelques années de garde.

Cuvée Musicienne, domaine Clos des Grives, 18,95 € chez Biocoop et sur leclosdesgrives.com

JOLI PARADOXE

Le domaine Bordenave, situé au cœur de l'appellation Jurançon, est l'une des plus vieilles propriétés de la région, exploitée de père en fils et fille depuis 1676. Son jurançon sec bio (55 % gros manseng, 45 % petit manseng en vieilles vignes) étonne par son nez liquoreux, alors qu'il n'y a aucun sucre en bouche. Une belle surprise qui se dégustera avec des crustacés ou dès l'apéritif.

Cuvée Encore et encore, domaine Bordenave, 10,95 € chez les cavistes et réseau Biocoop

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

RACÉ ET ÉQUILIBRÉ

Du côté du Portugal, le domaine Roquette et Cazes propose un douro au nez riche et à la bouche franche (notes de tabac, menthol, réglisse et fruits noirs). La finale est longue, à la fois florale et épicée. Un vin de caractère, donc, mais qui sera apprécié pour ses arômes harmonieux. A servir avec un navarin d'agneau ou un fromage persillé.

Douro doc 2018, domaine Roquette et Cazes, 18,95 € chez Carrefour

PLAISIR LÉGER

Suivant la tendance des vins dits 'naturels', le "1ère vendange" d'Henry Marionnet sans sulfites offre un nez explosif de fruits rouges et noirs. Puis une belle longueur en bouche, à la fois légère et aromatique. Ce 100 % gamay de Touraine se distingue en effet des autres gamay, grâce à sa conception naturelle qui favorise l'expression des arômes. Une autre manière de découvrir ce cépage, donc. A déguster sur des cochonnailles ou une volaille rôtie.

"1ère vendange", domaine Henry Marionnet, 9,50 € chez Carrefour

SE LAISSER ENVELOPPER

Robe brillante et bouquet de violette et fruits rouges au nez pour la cuvée Petit Soutard 2016 du Château Soutard en AOC Saint-Emilion Grand Cru (63 % merlot, 28 % cabernet-franc, 7 % cabernet-sauvignon, 2 % malbec). Ce vin d'une grande finesse, au caractère délicat, séduira par sa rondeur en bouche et ses tanins veloutés. A laisser vieillir quelques années ou à déguster carafé, il sera idéal sur une viande rouge et fera l'unanimité auprès du plus grand nombre.

Petit Soutard, domaine du Château Soutard, 17,95 € chez les cavistes

FINESSE ET ÉLÉGANCE

Première propriété labélisée en bio dans l'appellation Saint-Estèphe, le Château de Côme propose ici un vin riche aux tanins raffinés. De la rondeur et l'onctuosité, donc, avec beaucoup de corps. Un vin agréable, généreux et prometteur, à conserver trois à six ans et à déguster avec une viande rouge ou des fromages type camembert ou saint-Nectaire.

Saint-Estèphe 2019, domaine Château de Côme, 27,90 €, chez les cavistes, en réseau Biocoop et sur chateaudecome.com

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6010073600506

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

EXQUIS

Cette cuvée Châteauneuf-du-Pape 2018 du domaine du Clos Saint-Thomas est une sélection parcellaire de vieilles vignes. Cela donne un vin à la matière riche et puissante, aux notes truffées et boisées. Composé à 50 % grenache, 30 % syrah et 20 % mourvèdre, il se marie à merveille avec les viandes rouges comme le magret de canard ou les gibiers.

Châteauneuf-du-Pape 2018, domaine du Clos Saint-Thomas, 33,50 €, chez les cavistes et sur calissanneboutique.fr

LE FRUIT AVANT TOUT

C'est un vin gourmand que propose le Château Paul Mas avec sa cuvée le Clos des Mûres, en AOP Côteaux du Languedoc. Doté une robe sombre et surprenant au nez avec ses arômes de fruits noirs puissants, il est tonique en bouche et laisse exprimer le fruit. Une belle saveur donc, à l'étonnante palette gustative qui tire, en bouche finale, sur des arômes de cacao.

Clos des Mûres, domaine Château Paul Mas, 12,90 €, chez les cavistes Nicolas et sur www.cote-mas.fr/boutique/

SOUVENIR D'ÉTÉ

Souvent boudé le reste de l'année, le rosé reste l'incontournable des soirées estivales entre amis ou des apéritifs en toute légèreté. Pour rester dans l'ambiance, le rosé Oé bio (40 % syrah, 30 % caladoc, 30 % merlot) séduira par sa fraîcheur et sa robe rose clair. Au nez, arômes intenses de baies rouges. En bouche, une belle structure finale.

Rosé méditerranéen Oé, 9,90 €, chez les cavistes et sur oeforgood.com

LA GOURMANDISE DANS UN VERRE

Oubliée l'image poussiéreuse du porto de grand-mère à l'apéritif, les vins doux réservent encore de belles pépites. C'est le cas avec ce Rivesaltes 100 % grenat, du domaine Cazes. Très concentré en arômes et porté sur le fruit, il sera idéal aussi bien avant le repas, donc, qu'avec un fromage de brebis ou en dessert. Sa belle robe pourpre et son onctuosité finiront de séduire les plus sceptiques.

Rivesaltes, domaine Cazes, 13,70 € chez Biocoop et sur www.cazes-rivesaltes.com

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Chef d'entreprise magazine

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Bimestrielle**
Audience : **248000**
Sujet du média :
Gestion d'entreprise-Management

Page non disponible

Edition : **Septembre - octobre 2022 P.4**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **66**

Le minéral

Côtes-de-provence cuvée Marafiance, Château Cavalier 2021

Le Château Cavalier est situé dans le Var, entre Aix-en-Provence et Nice.
Sa particularité: les vendanges s'y effectuent aux heures les plus fraîches pour préserver les baies de l'oxydation. Typé de petits fruits rouges, de fenouil et de romarin, ce rosé possède une belle allonge franche. Son joli caractère prolonge les arômes du nez sur la minéralité.
10,40€.
www.nicolas.com

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Chef d'entreprise magazine

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Bimestrielle**
Audience : **248000**
Sujet du média :
Gestion d'entreprise-Management

Page non disponible

Edition : **Septembre - octobre 2022 P.3**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **68**

L'expressif

Crozes-Hermitage
M. Chapoutier 2021
Issu d'un des plus beaux domaines de la vallée du Rhône, ce Crozes-Hermitage 100 % marsanne résulte d'un travail de viticulture et de vinification fidèle au terroir. Derrière sa robe citron aux reflets verts, le nez franc va sur la pêche, l'abricot, puis s'ouvre sur la poire confite et la pomme. Son caractère révèle des fleurs blanches et des agrumes. 21,50 €.
www.nicolas.com

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

mybettane+desseauve

www.mybettanedesseauve.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **5194**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

21 Septembre 2022
Journalistes : **Nicolas de Rouyn**
Nombre de mots : **3442**

Visualiser l'article

Foire aux vins 2022, la très belle sélection d'iDealwine

Les Foires aux vins, c'est comme les fraises, il y a une saison pour ça. L'évènement inventé en 1973 par ce qu'on appelait alors les Centres Leclerc est vite devenu un incontournable des animations de la grande distribution. Une manière de déstockage des chais du Bordelais à un moment où c'était indispensable. Tout ceci a beaucoup évolué, les Foires aux vins présentent aujourd'hui des vins de toutes les régions de France et, même, de l'étranger. La GD a été rejointe par les magasins à succursales comme **Nicolas** ou les Repaires de Bacchus. Et, bien sûr, par les sites de vente de vin sur internet. On ne va pas se raconter les avantages de l'achat sur internet, on les connaît. Je me suis intéressé à une Foire aux vins assez spéciale, celle du site iDealwine, grandissime pro de la vente aux enchères et/ou à prix fixe. J'ai tout goûté, voilà ma sélection.

Un rivesaltes de 1972

Cinquante ans, cinquante euros. Un rivesaltes de 1972. Le gros mérite d'iDealwine de mettre sous les sunlights des vins oubliés. Les vieux rivesaltes sont des vins oubliés et c'est complètement idiot. La profondeur caressante, la texture gourmande, les arômes de noix, de cuir, tout concourt à en faire de merveilleux vins de méditation, des vins enveloppants qui vous emmène au dodo avec infiniment de tendresse. Des vins rares, en plus et pas chers. Tout amateur sérieux est obligé d'en avoir dans sa cave.

Une côte-rôtie La Giroflarie 2016 de Patrick Jasmin

Un assemblage de parcelles avec 5 % de viognier pour la souplesse. Un grand rouge d'un vignoble héroïque dans un grand millésime. Pas mieux. À 79 euros le magnum, une petite foule se précipitera. Dont moi. J'en veux.

Un magnum de sauternes Château Doisy-Daëne 1986

Les sauternes et les barsacs (ici, un barsac) sont les moins chers des grands vins français. Et les plus difficiles à produire,

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

mais c'est une autre histoire. 115 euros ce magnum de doisy-daëne, millésime 1986. Oui, c'est un petit prix et oui, c'est un vin immense. Élaboré à l'époque par le très regretté Denis Dubourdieu, ce barsac légendaire mérite qu'on l'acquiert. L'étiquette porte la mention Sauternes. Je pense qu'en 1986, on ne faisait pas la différence entre sauternes et barsac. Elle est bien réelle pourtant. Le barsac est plus fin, moins riche que le sauternes, c'est une de ses qualités.

Un hermitage la-chapelle 2014 de Paul Jaboulet Aîné

C'est-à-dire de Caroline Frey aux commandes du domaine depuis le millésime 2006. Encore un peu sauvage à ce stade de son évolution, on lui accordera trois à cinq ans pour arriver à son mieux. Et son mieux, c'est énorme. Bien sûr, 160 euros est une somme, mais d'autres stars de la divine colline de l'Hermitage s'envolent bien plus haut.

Un vin de Toscane Colore Bianco de Bibi Graetz

Une merveille inconnue, rare et coûteuse. Colore Bianco du vigneron star Bibi Graetz, l'un des princes de Toscane à Fiesole qui exploite aussi des vignes d'ansonica (le cépage) sur l'île de Giglio, au sud de la province en face de la Maremme, d'où nous arrive cette splendeur et ces trésors aromatiques. Malgré le prix (180 euros), les vrais amateurs vont se jeter dessus puisqu'on n'en trouve jamais nulle part.

En pratique *: toutes ces bouteilles sont proposées à la vente sur www.idealwine.com*

CASTELNICOLAS2 - CISION 366905704
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Boursorama

www.boursorama.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **4162664**
Sujet du média : **Banques-Finance, Economie - Services**

23 Septembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **4458**

Visualiser l'article

Foire aux vins: comment faire de bonnes affaires?

Découvrez nos conseils pour faire de bonnes affaires crédit photo : Getty images

Chaque année, la Foire aux vins s'invite dans les rayons de nos supermarchés et chez nos cavistes. Cet événement est incontournable pour les amateurs de vins désireux de faire de jolies découvertes à des prix intéressants, à condition de s'y préparer. Voici nos conseils pour réussir votre Foire aux vins .

Préparez-vous pour une Foire aux vins réussie

Quelques jours avant votre visite, épluchez les catalogues des enseignes, ou rendez-vous sur leur site Internet pour découvrir la sélection des vins proposés, généralement classés par région. Comparez les prix. Ces derniers peuvent varier d'un réseau à l'autre.

Faites vos repérages en vous aidant des numéros spéciaux en kiosque, et en consultant les avis d'experts. Bien sûr, le plaisir d'une Foire aux vins réside aussi dans la découverte, mais procéder ainsi vous permettra de ne pas passer à côté de potentiels coups de coeur.

Dressez un état des lieux de votre cave

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Faites l'inventaire de vos bouteilles pour orienter vos futurs achats. La complémentarité est essentielle au sein d'une cave, sinon vous risquez de boire la même chose toute l'année. Prévoyez des vins qui s'accordent avec les fromages, les desserts ou à boire en apéritif. Pour le plat, pensez à des vins plutôt légers pour la volaille, plus charpentés pour la viande rouge ou le gibier... C'est aussi le moment de vous fixer un budget.

Dégustez avant d'acheter

La dégustation fait partie intégrante des Foires aux vins. C'est le meilleur moyen de vous faire un avis sur un cru que vous aviez repéré dans un catalogue, ou au contraire de découvrir de nouvelles pépites. En cas d'hésitation, achetez une bouteille pour la déguster chez vous, tranquillement. Si vous êtes convaincu, retournez dans votre enseigne pour compléter votre cave.

Décryptez les étiquettes

Outre l'appellation, prêtez attention au nom du domaine, du vigneron ou du château . La mention du millésime n'est pas obligatoire, mais elle reste un bon indice de réussite selon la région. Méfiez-vous des mentions superflues, pompeuses, voire même trompeuses comme «Grand Vin» ou «vieilles vignes». Ils ne correspondent à aucun critère précis. De la même manière, le terme «vieilli en fût de chêne» indique un mode d'élevage du vin, mais ne garantit pas sa qualité.

Ne misez pas tout sur le prix

Un vin dont le prix défie toute concurrence peut sembler séduisant, mais «bonne affaire» ne rime pas nécessairement avec petit prix. On peut tout à fait réaliser une très bonne affaire en achetant un vin qui n'est pas le plus économique, mais qui possède un excellent rapport qualité/prix. Il est vrai que certaines cuvées profitent de rabais très intéressants durant la Foire aux vins, mais attention à ne pas vous retrouver avec un vin que vous n'appréciez pas, ou que vous n'aurez pas l'occasion de boire.

Misez sur les bons millésimes

2018, 2019, 2020 ont marqué les esprits. La production est toujours variable selon les régions et les appellations, mais dans l'ensemble, ces trois millésimes ont connu un beau succès. À l'inverse, le millésime 2021 a subi de plein fouet les aléas climatiques. Les volumes seront donc moindres, et les prix probablement plus élevés.

Grands crus ou appellations plus confidentielles: à vous de voir!

Les Foires aux vins font souvent la joie des amateurs de bordeaux. C'est généralement à cette période que vous trouverez la plus grande offre, et que le prix des grandes bouteilles sera le plus intéressant. C'est donc le moment de casser votre tirelire si vous visez les crus les plus convoités. En parallèle, les enseignes proposent désormais des vins moins prestigieux, mais qui valent le détour. Une belle occasion de découvrir d'autres cépages et d'autres terroirs à des prix très intéressants.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Foire aux vins 2022: les dates par enseigne

Lavinia: du 5 septembre au 3 octobre

Nicolas: du 7 septembre au 4 octobre

Biocoop: du 19 septembre au 3 octobre

Naturalia: du 1er au 21 octobre

Magasins U: du 27 septembre au 8 octobre

Monoprix: du 16 septembre au 2 octobre

Franprix: du 19 septembre au 9 octobre

E. Leclerc: du 4 au 15 octobre

Hypermarchés Carrefour: du 27 septembre au 10 octobre

Hypermarchés Auchan: du 27 septembre au 11 octobre

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

PRODUITS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **4460000**

Sujet du média : **Lifestyle Mode-Beauté-Bien être**

Edition : **Du 12 au 18 septembre 2022 P.44**

Journalistes : **VALÉRIE DUCLOS**

Nombre de mots : **497**

CUISINE

Accords PARFAITS

Pas si simple d'associer petits plats et bonnes bouteilles… Neuf valeurs sûres pour s'y retrouver.

PAR VALÉRIE DUCLOS

1. AVEC DES CREVETTES SAUTÉES AU GINGEMBRE

Cet assemblage de roussanne, de marsanne et de viognier affiche des notes florales et citronnées. En bouche, des arômes d'agrumes invitent au voyage dans l'assiette. *Parcelles d'Emotion, Marsanne IGP Collines-Rhodaniennes. Aldi, jusqu'à épuisement des stocks, 3,99 €.*

2. AVEC UN NAVARIN DE LA MER

Une jolie minéralité pour cet assemblage souple et fruité, qui sera le compagnon parfait de cette recette onctueuse de poissons et de fruits de mer. *Muscadet-Sèvre-et-Maine, Château de l'Epinay 2021. Intermarché, jusqu'au 25 septembre, 4,10 €.*

3. AVEC DES RAVIOLES DE FOURME D'AMBERT, HUILE DE NOISETTE

Ce vin à la jolie robe pourpre, 100 % merlot, s'appuie sur des arômes de fruits rouges, dont le cassis et la groseille. L'idéal pour un plat raffiné et doucement parfumé. *Tranquille Emile !, Terre de Vignerons, IGP Atlantique. Nicolas, jusqu'au 4 octobre, 4,45 €.*

4. AVEC UN MAGRET DE CANARD LAQUÉ AU MIEL

Cet assemblage de viognier, de muscat, de chardonnay et de gewurztraminer est en réalité un vin blanc de macération. Un cru doté d'une belle puissance aromatique, dont la sucrosité se mariera divinement à une préparation de caractère sucré-salé. *Vin Orange 2021. Lidl, jusqu'à épuisement des stocks, 5,99 €.*

5. AVEC UNE TARTE AUX LARDONS ET AUX OIGNONS

Derrière sa robe limpide, les arômes d'agrumes (citron et pamplemousse) feront merveille sur ce classique alsacien. *Riesling, Coteaux-du-Haut-Koenigsbourg. Auchan, jusqu'au 11 octobre, 6,50 €.*

6. AVEC UNE VOLAILLE FERMIÈRE, SAUCE CRÉMEUSE ET CHAMPIGNONS

Voici un vin frais et léger qui ne prendra pas la main sur le plat. Une minéralité dans le verre en effet miroir avec la tendreté de la viande blanche. *Arnaud Aucœur, De Tout Cœur, Saint-Amour 2020. Hypermarchés Carrefour, du 16 septembre au 23 octobre, 7,50 €.*

7. AVEC UNE CÔTE DE VEAU, SAUCE CHORON

Cette cuvée bio bordelaise a été élaborée tout en finesse, sans trop de tanins. Elle s'associera parfaitement à un plat de viande blanche délicat et une sauce béarnaise revisitée. *Les 2 Frérots, Maison Raymond, AOP Bordeaux. Le Petit Ballon, jusqu'au 2 octobre, 7,50 €.*

8. AVEC UN GIGOT DE 7 HEURES ET DES LÉGUMES CONFITS

Issu d'un terroir basaltique d'origine volcanique, ce vin est un 100 % gamay qui affiche des arômes de fruits rouges et noirs confits. A carafer si possible durant une heure pour le laisser s'exprimer, ce qu'il fera très bien avec un plat à la cuisson lente. *L'Impromptu. Monoprix, du 17 septembre au 3 octobre, 8,90 €.*

9. AVEC UNE QUEUE DE POULPE GRILLÉE À LA PROVENÇALE

La touche iodée et la note boisée de l'assemblage s'allient au grillé du poulpe. Quant aux saveurs de fruits acidulés, elles s'accordent aux légumes légèrement caramélisés de cette recette du Sud. *Famille Guilhem, IGP Pays d'Oc, Viognier 2021. Naturalia, du 1er au 21 octobre, 9,95 €.*

OLIVIER BAC/STUDIO COLLET/D. R. – L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. A CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5853263600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

version femina

www.femina.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **5258641**
Sujet du média : **Lifestyle, Mode-Beauté-Bien être, Tourisme-Gastronomie**

10 Septembre 2022
Journalistes : **Valérie Duclos**
Nombre de mots : **3383**

Visualiser l'article

9 vins à accorder à vos bons petits plats

Pas si simple d'associer petits plats et bonnes bouteilles... Neuf valeurs sûres pour s'y retrouver.

Aldi, Lidl, Naturalia
Avec des crevettes sautées au gingembre

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Cet assemblage de roussanne, de marsanne et de viognier affiche des notes florales et citronnées. En bouche, des arômes d'agrumes invitent au voyage dans l'assiette.

Parcelles d'Emotion, Marsanne IGP CollinesRhodaniennes. Aldi, jusqu'à épuisement des stocks, 3,99 €.

A découvrir également : Voici le supermarché qui préserve le plus le pouvoir d'achat des Français, pour 53 % d'entre eux, et ce n'est ni Leclerc ni Carrefour

Avec un navarin de la mer

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Une jolie minéralité pour cet assemblage souple et fruité, qui sera le compagnon parfait de cette recette onctueuse de poissons et de fruits de mer.

Muscadet-Sèvre-et-Maine, Château de l'Epinay 2021. Intermarché, jusqu'au 25 septembre, 4,10 €.

Avec des ravioles de fourme d'ambert, huile de noisette

CASTELNICOLAS2 - CISION 366549819
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Ce vin à la jolie robe pourpre, 100 % merlot, s'appuie sur des arômes de fruits rouges, dont le cassis et la groseille. L'idéal pour un plat raffi né et doucement parfumé.

Tranquille Emile !, Terre de Vignerons, IGP Atlantique. Nicolas, jusqu'au 4 octobre, 4,45 €.

Avec un magret de canard laqué au miel

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Cet assemblage de viognier, de muscat, de chardonnay et de gewurztraminer est en réalité un vin blanc de macération. Un cru doté d'une belle puissance aromatique, dont la sucrosité se mariera divinement à une préparation de caractère sucré-salé.

Vin Orange 2021. Lidl, jusqu'à épuisement des stocks, 5,99 €.

Avec une tarte aux lardons et aux oignons

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Derrière sa robe limpide, les arômes d'agrumes (citron et pamplemousse) feront merveille sur ce classique alsacien.

Riesling, Coteaux-du-Haut-Koenigsbourg. Auchan, jusqu'au 11 octobre, 6,50 €.

Avec une volaille fermière, sauce crémeuse et champignons

CASTELNICOLAS2 - CISION 366549819
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Voici un vin frais et léger qui ne prendra pas la main sur le plat. Une minéralité dans le verre en effet miroir avec la tendreté de la viande blanche.

Arnaud Aucoeur, De Tout Coeur, Saint-Amour 2020. Hypermarchés Carrefour, du 16 septembre au 23 octobre, 7,50 €.

Avec une côte de veau, sauce choron

CASTELNICOLAS2 - CISION 366549819
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Cette cuvée bio bordelaise a été élaborée tout en finesse, sans trop de tanins. Elle s'associera parfaitement à un plat de viande blanche délicat et une sauce béarnaise revisitée.

Les 2 Frérots, Maison Raymond, AOP Bordeaux. Le Petit Ballon, jusqu'au 2 octobre, 7,50 €.

Avec un gigot de 7 heures et des légumes confits

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Issu d'un terroir basaltique d'origine volcanique, ce vin est un 100 % gamay qui affiche des arômes de fruits rouges et noirs confi ts. A carafer si possible durant une heure pour le laisser s'exprimer, ce qu'il fera très bien avec un plat à la cuisson lente.

L'Impromptu. Monoprix, du 17 septembre au 3 octobre, 8,90 €.

Avec une queue de poulpe grillée à la provençale

CASTELNICOLAS2 - CISION 366549819
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

La touche iodée et la note boisée de l'assemblage s'allient au grillé du poulpe. Quant aux saveurs de fruits acidulés, elles s'accordent aux légumes légèrement caramélisés de cette recette du Sud.

Famille Guilhem, IGP Pays d'Oc, Viognier 2021. Naturalia, du 1er au 21 octobre, 9,95 €.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

DÉCISION boissons
L'hebdomadaire des décideurs du monde des liquides

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Agroalimentaire-Agriculture
Economie-Services

Edition : **16 septembre 2022**
P.5
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **46**

À l'occasion de son bicentenaire, le caviste **Nicolas** propose une nouveauté en collaboration avec la brasserie indépendante parisienne, le Paname Brewing Company. Il s'agit d'une lager houblonnée brassée dans une démarche respectueuse de l'environnement. Disponible en cave et sur nicolas.com. Prix de vente : 3,50 €.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Business & Marchés

www.businessmarches.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **4557**
Sujet du média : **Gestion d'entreprise - Management**

21 Septembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3300**

Visualiser l'article

Avec Manifest, la liqueur Jagermeister passe à l'âge adulte

Bars à cocktails sélectionnés, cocktails classiques : Manifest, la nouvelle liqueur de Jagermeister, vise un registre éloigné des shots et des discothèques pour garder le lien avec le public de la marque.

Pour lancer Manifest, la nouvelle référence de la célèbre liqueur allemande Jagermeister, Major ISD, son distributeur sur le marché français, a convié la presse dans chez un caviste Nicolas. L'enseigne en a l'exclusivité dans le réseau off trade, depuis le mois d'avril 2022, pour une durée de trois ans. Un choix qui ne doit rien au hasard : *" Jagermeister est une marque du monde de la nuit, et il était dommage de perdre notre clientèle lorsqu'elle ne fréquente plus cet univers* , constate Aline Chaigne, directrice marketing.

Les 18-25 ans consomment volontiers le produit en shots dans les bars d'envoi ou en discothèque; pour les 25-39 ans, rendez-vous est donc désormais donné en boutique ou dans une sélection de bars à cocktails. *" Manifest s'adresse à un public plus averti. Ce dernier dégustera cet élixir en prenant le temps d'en goûter chaque saveur* , explique la marque. *" Manifest offre l'occasion d'une nouvelle approche de Jagermeister, aussi bien sensorielle qu'olfactive* , abonde Nils Boese, brand ambassador international de la célèbre marque. Le nouveau produit titre à 38 degrés, contre 35 degrés pour la version classique de Jagermeister. Il se rapproche du vermouth et présente des notes herbacées.

Un cinquième macérat

L'expérience de dégustation de Manifest déguste par un comparatif, entre un verre tulipe et un verre tumbler. De quoi percevoir une large palette d'arômes. Réglisse, menthe, anis étoilé, fenouil, vanille : au nez puis à la dégustation, les descripteurs de la liqueur sont fournis bien plus que dans un contexte de dégustation festive. Une cinquième macération caractérise Manifest : elle vise à augmenter la teneur en alcool. Les quatre premières étapes sont réalisées dans des fûts de

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

2500 à 25 000 litres. Les fûts sont réutilisés jusqu'à 80 ans. Pour autant, *" le bois ne doit pas empêcher les saveurs de s'exprimer* , précise Nils Boese.

Cardamome, safran et vanille sont présentes dans le cinquième macérat qui caractérise Manifest. *" On travaille avec les épices sur plusieurs dimensions* , poursuit le brand ambassador, en faisant goûter à ses convives de la cardamome pure. De quoi percevoir un premier goût de savon, puis une sensation huileuse avant de terminer sur une impression nettement plus rafraîchissante en bouche. Par ailleurs, Manifest contient 10% moins de sucres que la version classique de Jagermeister, mais 25% de plus d'herbes et d'épices.

Des idées de cocktails classiques

Major ISD souhaite davantage commercialiser Jagermeister Manifest dans les bars à cocktails que dans les pubs. Recette la plus simple à élaborer, en long drink : 4cl de Manifest, 15 à 20cl de ginger ale et 4cl de citron vert. Autres cocktails classiques : en sour ou, encore plus classique, en old fashioned (4cl de Manifest, 2cl de bourbon, sucre imbibé d'amer). La bamboche sera plus posée, mais n'est pas terminée.

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

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LE JOURNAL DU GOLF

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **232200**

Sujet du média : **Sports**

Edition : **Septembre 2022 P.62-64**

Journalistes : **Carla Rabine**

Nombre de mots : **629**

Le Shop'In de Carla

Textes de Carla Rabine - Photos DR

C'EST REPARTI !

On profite de l'excuse de la rentrée pour se faire plaisir et on vous propose une sélection qui vous aidera à mieux la vivre.

1. **PROMADE** chariot electrique PM 400S. Modernité des courbes, technicité et confort d'utilisation. Livré avec chargeur de batterie, porte-carte de score, porte-parapluie, filet à balles et sac de transport. **Offre spéciale de rentrée : 1268 € au lieu de 1480 €. pro-made.fr ou 05 34 27 76 00.**

2. **CLARINS** Multi-Intensive jour SPF 15 toutes peaux, crème de jour lift anti-relâchement, anti-rides avec SPF, dès 50 ans. **105 €. clarins.fr**

3. **CAMBRIDGE AUDIO** Ces écouteurs sans fil utilisent des pilotes en graphène pour une reproduction musicale détaillée et authentique. Profitez d'une autonomie de 45 heures, d'un choix de réglages d'égalisation et d'un poids plume de 4,6 grammes. **Disponibles en noir et en blanc. 129,95€. cambridgeaudio.com**

4. **JUCAD** Sac de golf au style élégant et sportif, grâce à son design moderne et ses matériaux haut de gamme. Doté de 14 séparations intégrales, d'un porte-putter et d'une poche isotherme, ce modèle de 9 pouces est votre coach idéal sur le fairway. **329 €. jucad.de**

5. **SANDRO** Porte-document Briefcase en cuir format slim. **395 €. sandro-paris.com**

6. **SAINT JAMES** Bob pluie - waterproof, coutures soudées, 100% polyester enduction polyuréthane. **39 €. saint-james.com**

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

7. CALLAYAY APPAREL Gilet Primaloft pour femme, isolation premium et ultra légère. Doux au touché avec une coupe taillée, l'atout du gilet est sa matière technique qui règle la température corporelle. Les panneaux stretch en tricot du gilet permettent une liberté de mouvement totale. **120 euros. callawayapparel.com**

8. COBRA X PALM TREE CREW Chaussure édition limitée de golf pour homme inspirée de la populaire chaussure de course RS-Fast. Elle prend en compte tous les aspects du jeu ainsi que les silhouettes lifestyle pour conquérir le parcours dans le style RS. **150€. golfplus.fr**

9. BIC Stylo 4 couleurs, Edition limitée Bic x Orlinski x Tournaire - bronze doré. **390 €. fr.bic.com**

10. RHUM BOLOGNE BLACK CANE Rhum blanc agricole premium 100% canne noire. Rhum agricole blanc de Guadeloupe. **37 €. rhumstore.com**

11. FAUCHON Coffret 32 macarons – la boîte de 510 g : vanille, caramel, citron, framboise, pistache, noisette, café, chocolat noir, chocolat au lait, cassis-violette, vanille-framboise et rose. Une délicieuse bouchée qui renouvelle à chaque parfum le plaisir de la dégustation. **69 €. fauchon.com**

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

12. FRESH Tea Elixir Resilience Activating Serum Le nouveau sérum qui améliore la résilience de la peau et combat les signes de l'âge.
89 € (30ml). sephora.com

13. GOKART Chariot électrique extrêmement compact, peut être replié de manière efficace (66x60x29) en très peu de temps. Vraiment pratique lorsque votre coffre n'est pas très large ou si vous voulez plus de place.
A partir de 599 €. gokartgolf.fr

14. NEXT TEE Parfum par Bertrand Duchaufour, pour la Maison Pont des Arts. Parfums d'auteurs : des notes fraiches et hespéridées sur un fond boisé de vétiver d'Haiti. **À partir de 100 € (30 ml).**
Demandez votre échantillon sur pontdesartsparis.fr.

15. L'AGENDA DE MA VIE BIEN ORGANISEE
(2022-2023) Bien s'organiser dans la bonne humeur, c'est désormais possible avec ce superbe agenda ! **14,99 €. fnac.com**

16. ATOL Lunettes de soleil, Collection Flower Monture oversize en plastique bleu céladon, verres gris dégradé rose. **79 €. opticiens-atol.com**

17. MGI Une gamme de chariots électriques dont la qualité de la technologie et la grande fiabilité ne sont plus à démontrer. En vente dans votre magasin préféré. **A partir de 899 €. piguygolfchallenge@piguygolfchallenge.com ou 01 53 56 12 12.**

18. BESSERAT DE BELLEFON Champagne Blanc de blancs.
48 € (75CL) nicolas.com

19. LACOSTE Cardigan femme col en V en laine
170 € lacoste.fr

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4451273600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

VOYAGES & HOTELS DE REVE

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Trimestrielle**

Audience : **350000**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Automne 2022 P.134**

Journalistes : **Antoine Ferrer**

Nombre de mots : **289**

GOURMANDISE Par Antoine Ferrer

WAKAZE : POUR L'AMOUR DU JAPON (ET DU SAKÉ !)

Wakaze est une brasserie française d'origine japonaise qui s'est donné pour mission de promouvoir la gastronomie japonaise. Mais avec son restaurant Wakaze Paris, récemment inauguré dans le 5ème arrondissement de la capitale, l'ambition des deux fondateurs, Takuma Inagawa et Shoya Imai est aussi de populariser le saké dans l'Hexagone.

Une porte s'ouvre. Dans un espace ouvert et intimiste, les lumières tamisées projettent sur les murs les reflets dorés des bouteilles alignées. Au centre, un grand comptoir en U accueille le visiteur. Cet espace contemporain et décontracté où les conversations s'engagent naturellement invite les curieux d'un soir et les habitués à s'attabler pour un bon moment autour de la gastronomie japonaise. Sans oublier de siroter un saké, la boisson japonaise par excellence souvent méconnue sous nos latitudes.

POPULARISER LE SAKÉ EN FRANCE

Au-delà de l'aspect convivial et populaire des sushis et des ramens bien connus des fins gourmets et de amateurs de gastronomie japonaise, Wakaze Paris propose d'explorer les racines cette cuisine, si particulière pour les palais occidentaux, à travers les ingrédients fermentés qui lui donnent sa saveur unique. Kôji, lie de saké, miso et soja sont autant d'ingrédients ainsi mis à l'honneur grâce à des plats délicats alliant produits français et savoir-faire japonais. Avant d'ouvrir son restaurant, la marque se donnait déjà pour objectif de proposer son saké sur tout le territoire français. Pari réussi puisque les sakés Wakaze sont déjà disponibles en particulier dans plus de 300 magasins de l'enseigne Nicolas. Avec leur restaurant, l'idée des deux ambitieux fondateurs Takuma Inagawa et Shoya Imai est désormais de mieux faire connaître le saké et ses nombreuses subtilités dans l'Hexagone, afin que les Français puissent enfin découvrir et apprécier cette boisson ancestrale à sa juste valeur.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

A Vos Assiettes

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **17763**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

27 Septembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3884**

www.avosassiettes.fr

Visualiser l'article

LYRE'S™ présente son Highland Malt

LYRE'S™
NON-ALCOHOLIC

Une révolution dans l'univers des spiritueux sans alcool

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

LYRE'S™, marque australienne de spiritueux sans alcool ayant la plus vaste gamme et la plus primée au monde, lance Highland Malt , capturant l'essence même d'un blended malt whisky. Il a été conçu pour être consommé pur, sur glace ou en cocktails.

HIGHLAND MALT, UNE RÉVOLUTION DANS L'UNIVERS DES SPIRITUEUX SANS ALCOOL

Le whisky est l'un des spiritueux les plus prisés au monde, Lyre's a conçu Highland Malt avec de belles saveurs profondes de caramel, de chêne épicé et de grains de noix. Highland Malt se distingue par son côté terreux ainsi que ses notes de cèdre, d'amande et de vanille. L'influence du tannin de chêne légèrement torréfié lui assure une note en bouche ferme et sèche. Le Highland Malt a été méticuleusement créé par l'architecte des saveurs de Lyre's, David Murphy.

Ce spiritueux unique a été conçu pour capturer l'essence d'un blended malt whisky, aux saveurs distinctes et contemporaines. Les spiritueux de Lyre's ne se contentent pas d'imiter, ils ont leur propre distinction en tant que boisson non alcoolisée de qualité supérieure.

Bouquet : Présente une teinte de miel légère à moyenne dans le verre. Le bouquet offre des arômes équilibrés et riches de foin, de céréales, de fruits à noyau, de banane, d'amande et de vanille.

Dégustation : Il y a une belle profondeur dans la saveur du Highland Malt, le côté fumé donne du relief.

Comment l'apprécier : Highland Malt peut être dégusté sur glace ou en cocktails comme le Manhattan, le Rob Roy ou encore

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

le Whisky Sour qui pourront être appréciés dans leur version sans alcool.

DAVID MURPHY

"Bien que les spiritueux de Lyre's soient fidèles au goût, ils ont leur propre distinction en tant que boisson non alcoolisée de qualité supérieure. Comprenant la popularité du whisky, nous avons donc voulu offrir le même goût délicieux, mais avec une différence. Qu'il soit servi pur ou avec des mélanges, le whisky est le préféré de beaucoup de gens dans le monde entier. C'est pourquoi nous avons travaillé sans relâche pour étudier les arômes et les goûts que les amateurs de whisky apprécient le plus, afin de proposer le Highland Malt".

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

POINTS DE VENTE
Les produits Lyre's sont disponibles en France
chez Nicolas, Métro, aux Caves Bardou (Paris)

HIGHLAND MALT
700 ml, 25,15€
iframe : redir.opoint.com
Pour acheter en ligne, rendez-vous sur
www.lyres.eu , www.mytonicshop.fr et www.gueuledejoie.com

Lyre's est également à retrouver en réseaux CHR :
Restaurant Petrus (Paris 17ème),
les Jardins d'Olympe (terrasse éphémère, musée Carnavalet, Paris 4ème),
au White 1921 (Saint-Tropez)
et au Grand Hôtel de Serre-Chevalier

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

À propos de LYRE'S™

Lancé en Australie en juillet 2019, Lyre's Non Alcoholic Spirits est une gamme de 16 spiritueux classiques sans alcool et d'un pétillant sans alcool. La marque a été fondée par Mark Livings, finaliste du prix EY Entrepreneur of the Year, avec pour mission de proposer une alternative à ceux qui ne souhaitent pas consommer d'alcool sans pour autant sacrifier les saveurs de leurs spiritueux préférés. Lyre's, permet de remplacer l'alcool par une boisson non alcoolisé raffiné et de qualité supérieure, sans aucun compromis sur le goût. Lyre's est actuellement commercialisé dans plus de 60 pays à travers de multiples canaux, y compris directement auprès des consommateurs via son site web, ainsi que dans les principaux bars et détaillants. Tous les produits sont végétaliens et les emballages 100% recyclables.

CASTELNICOLAS2 - CISION 367062413

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

www.lyres.eu

CASTELNICOLAS2 - CISION 367062413

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Découverte des whiskys Arlett et du Jägermeister Manifest

Ces derniers jours, j'ai été convié à deux soirées organisées par des marques d'alcool : **Arlett** avec ses 3 whiskys et **Jäge r meister** avec le Manifest. Découvrons tout cela ci-dessous.

Jägermeister Manifest Produit de dégustation à la base, le Jägermeister Manifest pourra également s'apprécier dans des cocktails. Il s'éloigne ainsi du Jägermeister classique souvent consommé en shot ou en combinaison avec du Red Bull. Plusieurs options de cocktails sont possibles : épicés, sucrés, amers ou encore herbacés. « S'inspirant de l'élixir original de la marque allemande, Manifest tire son originalité d'une sélection supplémentaire de plantes d'exception et d'une cinquième macération. Sans rien dévoiler des secrets de sa fabrication, on peut toutefois révéler un processus de maturation en deux temps et un vieillissement de 15 mois. » indique le communiqué de presse. Vous pourrez retrouver le Jägermeister Manifest chez les cavistes Nicolas pour moins de 30€ par bouteille . Ces derniers nous ont d'ailleurs accueilli pour l'événement de présentation à la presse.
Whiskys Arlett

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Trois produits single malt sont proposés par la famille Tessendier : l'Original, le Tourbé et le Finition Mizunara (entre 44€ et 55€ d'après mes recherches). Le produit est né de l'esprit des frères Jérôme et Lilian qui ont souhaité rendre hommage à leur maman, Arlette. Bien que résidant à Cognac, Arlette était la seule de la famille à boire du Whisky, voilà pourquoi la gamme de whiskys de la famille porte le nom d'Arlett (sans e).

• L' **Original** (45%) est vieilli 3 ans en fûts de chêne américain puis affiné en fûts de bourbon offrant un assemblage rond, puissant et équilibré.

• Le **Tourbé** (43%) est lui aussi vieilli pendant 3 ans en fûts de bourbon. Il propose un équilibre parfait entre tourbe intense, fraîcheur herbacée et notes fumées.

• Le **Finition Mizunara** (48%) est vieilli 3 ans, 50% en fûts de chêne américain et 50% en fûts de bourbon. L'affinage se fait en chêne japonais Mizunara pendant 1 an. Le résultat est puissant, équilibré et enrichi de notes épicées apportées par le bois Mizunara.

Retrouvez ci-dessous quelques photos de la soirée presse organisée au Casa Pelletier, un espace très élégant pour les amateurs de cigares et de whiskys et autres spiritueux d'exception. J'étais à nouveau accompagné de ma collègue Asya de passage à Paris ces jours-ci.

Un coffret (moins de 30€ d'après mes recherches) rassemblant les trois whiskys avec des fioles de 5cl est proposé par la marque pour découvrir les produits.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

SECTEUR DU VIN ET DES CAVISTES

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Web FRA

RayonBoissons

www.rayon-boissons.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **39475**
Sujet du média : **Economie - Services**

2 Septembre 2022
Journalistes : **Chloé QUEFFEULOU**
Nombre de mots : **1738**

Visualiser l'article

Castel s'offre Vinatis

Le géant Castel renforce son positionnement sur la vente de vins en ligne avec le rachat de Vinatis. Ce site créé il y a 20 ans est devenu un incontournable du e-commerce de vins.

La dynamique des cavistes en ligne séduit, la preuve ! Le leader de la vente des vins de marques (Roche Mazet, Vieux Papes, La Villageoise, Baron de Lestac, etc.) dirigé par **Pierre** Castel vient de faire une nouvelle acquisition sur ce segment qui explose depuis le début de l'ère Covid. En effet, sous réserve de l'obtention de l'autorisation de l'Autorité de la Concurrence, le groupe devrait finaliser dans les prochains mois **le rachat de la société Vinatis** , pure player historique du e-commerce dans le domaine des boissons. Vinatis a été créé en 2002 et représente désormais **7% des ventes en ligne de vins et spiritueux sur le marché français.**

« Cette opération, qui s'inscrit dans la politique de diversification de l'entreprise familiale Castel, permettrait à Vinatis tout en préservant son identité, de poursuivre de manière autonome son développement notamment à l'international », indique **Franck Crouzet, directeur de la communication du groupe Castel.**

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

A noter que Castel, par ailleurs propriétaire de l'enseigne de cavistes Nicolas, a déjà investi il y a une dizaine d'années dans la vente à distance avec l'acquisition du **Savour Club** . Ce dernier a basculé en début d'année en site de vente exclusive en ligne sous le nom raccourci de « Savour ».

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

VS NEWS

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **1107**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

2 Septembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **2917**

www.vsnews.fr

Visualiser l'article

Castel en passe de racheter Vinatis

Dans la lignée de LVMH, Pernod Ricard, Campari, La Martiniquaise, les familles bordelaises Bernard, Moueix et Casteja, voire dans une moindre mesure le groupe AdVini, le groupe Castel Frères s'apprête à investir dans la relation directe avec le consommateur en rachetant l'e-commerçant Vinatis. Cette orientation n'est pas nouvelle pour le groupe qui possède de longue date l'enseigne de cave et maintenant aussi d'e-commerce **Nicolas**. Fondé en 2002, Vinatis annonce proposer plus de 3 000 références à plus de 60 000 clients et être le leader européen de l'e-commerce de vin. Son CA a été de 69,56 M€ en 2021, en progression de 22%, pour un résultat de 2,31 M€, en progression de 35%, des évolutions qui, chez les e-commerçants pratiquant la vente de primeurs bordelais, sont souvent très volatiles. À noter qu'en 2021, pour la vente de grands crus primeurs, Vinatis s'était associé à Ginestet, un autre groupe bordelais.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

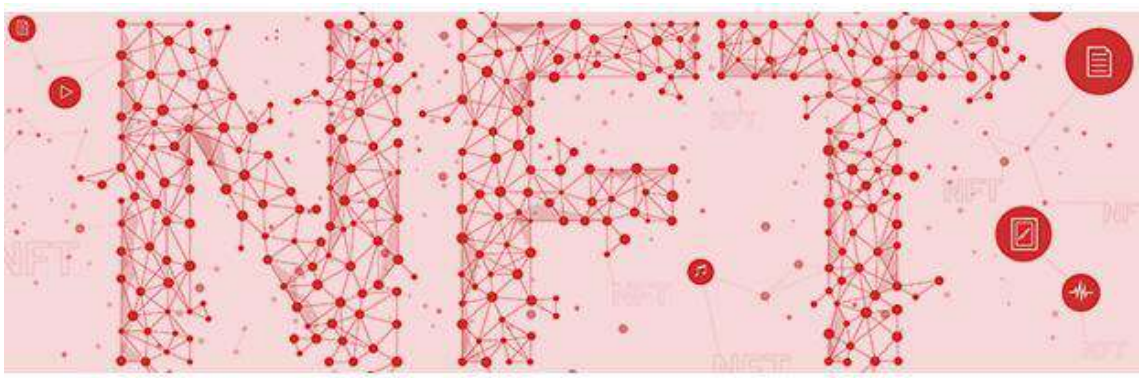
Visualiser l'article

ENQUÊTE

Les NFT à l'épreuve d'un cadre juridique encore incertain

NFT : trois lettres qui suscitent curiosité et intérêt dans l'univers des V&S. Il est vrai que les montants atteints par certaines transactions opérées via ce dispositif numérique ont de quoi échauffer les esprits. De plus, le NFT se présente paré de qualités particulièrement adaptées aux vins et spiritueux : traçabilité des bouteilles, lutte contre la contrefaçon, capacité à créer un lien direct avec le client, avec son corollaire, un potentiel marketing énorme et, enfin, la possibilité de toucher des royalties en cas de revente desdites bouteilles. De quoi donner à plus d'un l'envie de se lancer. Problème : son cadre juridique est encore incertain. « Ce n'est pas le Far West pour autant, mais la législation court après les évolutions technologiques », indique Merav Griguer, avocate associée au sein du cabinet international Bird & Bird, spécialisé dans le droit numérique et la data.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



• Une version de cette enquête au format pdf est téléchargeable en rubrique V&S Publications(gratuit pour les abonnés)

En savoir plus

Le défi de l'emballage durable pour les vins et spiritueux

Vin en vrac, bouteille en verre allégée, vin en BIB, bouteille papier, consigne ou encore réutilisation de n'importe quelle bouteille pour la recharger : les initiatives se multiplient pour rendre l'emballage des V&S le plus durable possible. Mais le défi reste entier : il faut convaincre, voire convertir le consommateur pour l'amener à changer ses habitudes. Retour sur la table ronde consacrée au packaging qui s'est tenue dans le cadre du symposium « Act for change », organisé par Vinexposium à Bordeaux le 20 juin dernier.

• Une version de cette enquête au format pdf est téléchargeable en rubrique V&S Publications(gratuit pour les abonnés)

En savoir plus

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

3 Septembre 2022
Durée de l'extrait : **00:24:46**
Heure de passage : **13h03**
Disponible jusqu'au :
2 Novembre 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220227763

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Montpellier.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Sète.

4 Septembre 2022
Durée de l'extrait : **00:25:45**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
3 Novembre 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220228363

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Du 02 au 08 septembre 2022 P.1**
Journalistes : **Thomas Gueller**

Nombre de mots : **158**

CASTEL EN PASSE DE RACHETER VINATIS

Dans la lignée de LVMH, Pernod Ricard, Campari, La Martiniquaise, les familles bordelaises Bernard, Moueix et Casteja, voire dans une moindre mesure le groupe AdVini, le groupe Castel Frères s'apprête à investir dans la relation directe avec le consommateur en rachetant l'e-commerçant Vinatis. Cette orientation n'est pas nouvelle pour le groupe qui possède de longue date l'enseigne de cave – et maintenant aussi d'e-commerce – Nicolas. Fondé en 2002, Vinatis annonce proposer plus de 3 000 références à plus de 60 000 clients et être le leader européen de l'e-commerce de vin. Son CA a été de 69,56 M€ en 2021, en progression de 22%, pour un résultat de 2,31 M€, en progression de 35%, des évolutions qui, chez les e-commerçants pratiquant la vente de primeurs bordelais, sont souvent très volatiles. À noter qu'en 2021, pour la vente de grands crus primeurs, Vinatis s'était associé à Ginestet, un autre groupe bordelais. ■ *Thomas Gueller*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **95992**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

5 Septembre 2022
Journalistes : **Alexandre Abellan**
Nombre de mots : **2490**

www.vitisphere.com

Visualiser l'article

Diversification Castel s'offre un troisième caviste en ligne avec Vinatis (7 % du marché français)

Déjà présent sur le e-commerce avec Nicolas et le Savour, le groupe bordelais annonce racheter l'acteur opérant exclusivement en ligne depuis 20 ans et revendiquant 7 % des parts de marché en France.

Depuis la crise covid, les ventes de vin en ligne font un carton. - crédit photo : Alexandre Abellan (Vitisphere)

Fondé il y a 20 ans à Annecy par Olivier Ivangine et Emmanuel Toussaint, le site de vente de vin en ligne Vinatis est en cours de rachat par le groupe Castel (Castel Frères, Kriter, Listel, Patriarche...). Du moins « sous réserve de l'obtention de l'autorisation de l'Autorité de la Concurrence » précise un communiqué du négociant bordelais, qui possède déjà des activités de vente en ligne avec le site des caves Nicolas (en complément des magasins physiques, pour du click&collect) et le Savour (ex-Savour Club spécialisé dans la vente par correspondance, qui vient de refondre son site pour 450 références visant « l'amateur néophyte »).

Par rapport à Vinatis, les sites Nicolas et Savour « sont d'autres modèles économiques avec leurs propres écosystèmes digitaux. Ils sont avec des cibles consommateurs et des pratiques d'achat radicalement différents (service de proximité, cadeaux, click & collect au bénéfice des caves, achat simplifié...) » précise un porte-parole de Castel à Vitisphere , ajoutant que « c'est une activité hors core-business qui représentait jusqu'à aujourd'hui moins de 1 % de notre chiffre d'affaires dans le groupe. »

7 % du marché national

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Revendiquant plus de 3 000 références de vins, bières et spiritueux vendus en ligne, Vinatis se qualifie également de « leader européen » des sites de vente en ligne, ayant des activités en Allemagne, Espagne, Italie, Royaume-Uni... Ces activités à l'étranger représentant 30 % du business de Vinatis. Dont les ventes représentent 7 % du marché français des ventes de vins et spiritueux en ligne précise Castel. Ajoutant que cette acquisition « s'inscrit dans la politique de diversification de l'entreprise familiale », sans remettre en cause l'autonomie et l'identité de Vinatis. Exclusivement présent sur internet (en tant que "pure-player"), Vinatis propose également des foires aux vins, des ventes privées des ventes aux professionnels (comité d'entreprise, cavistes, restaurateurs...).

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

CFNEWS

www.cfnews.net

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **29658**
Sujet du média : **Banques-Finance**

6 Septembre 2022
Journalistes :
houda-el-boudrari
Nombre de mots : **2730**

Visualiser l'article

Vinatis absorbé par un groupe familial

Le numéro un français de la vente de vins en ligne avec 70 M€ de revenus s'adosse au groupe familial Castel, troisième producteur de vin mondial, propriétaire entre autres de la chaîne de cavistesNicolas.

© Pixabay

43

Vingt ans après sa création par un duo d'entrepreneurs, **Vinatis** tourne la page de son indépendance et cède aux sirènes de l'adossement comme l'ont fait avant lui **Wineandco** (lire ci-dessous) ou **Millesima** . Le *pure-player* haut-savoyard du *e-commerce* de vins créé en 2002 par **Olivier Ivangine** et **Emmanuel Toussaint** est repris par **Castel** , premier producteur de vin français et troisième mondial, propriétaire également de la chaîne de cavistes **Nicolas** et du site de vente en ligne de vins **The Savour** . Le très discret repreneur familial comme le duo d'entrepreneurs restent mutiques sur la valorisation de l'entreprise qui s'est développée sur un modèle rentable avec **5% d'Ebitda en 2021** dans un écosystème en pleine ébullition qui voit la naissance de nouvelles pousses soutenues par des VCs comme **Twil** (lire ci-dessous) et la multiplication des tours de table des acteurs plus établis comme la licorne américano-danoise **Vivino** qui a levé 155 M$ début 2021.

69,5 M€ de revenus en 2021

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Arnaud Dubois, Oaklins

Dopé par la période covid, le chiffre d'affaires de Vinatis a explosé ces derniers mois, pour atteindre **69,5 M€ en 2021** , **en croissance de 35 % par rapport à 2020** , dont **30 % à l'international.** A rebours de ses concurrents, l'entreprise annécienne a réussi à autofinancer sa croissance pendant deux décennies pour se hisser au premier rang des spécialistes tricolores de la vente de vins en ligne, devant le site **Ventealapropriete.com, racheté l'année dernière par l'italien Tannico** , lui-même détenu par **Campari** . « La mutation profonde du marché de la vente de vins en ligne ces deux dernières années a poussé les fondateurs à adosser Vinatis à un groupe familial après deux décennies d'une histoire entrepreneuriale remarquable », commente **Arnaud Dubois, associé chez Oaklins,** qui a accompagné les cédants dans un process très concurrentiel. Avec cette nouvelle acquisition, Castel, leader de la vente des vins de marques (Roche Mazet, Vieux Papes, La Villageoise, Baron de Lestac, etc.) veut surfer sur la dynamique du caviste en ligne indépendant, qui revendique 7 % des ventes en ligne de vins et spiritueux sur le marché français.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LA REVUE DU VIN DE FRANCE

www.larvf.com

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **210044**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

6 Septembre 2022
Journalistes : **Benjamin Helfer**
Nombre de mots : **1912**

Visualiser l'article

Castel Frères va racheter Vinatis

Déjà implanté dans le e-commerce du vin, le groupe Castel Frères est sur le point de finaliser le rachat de Vinatis, l'un des leaders français de la vente de vin en ligne.

Le groupe Castel , numéro 1 sur le marché du vin en France et en Europe, est sur le point de racheter **Vinatis** comme l'a révélé Terre de vins ce 5 septembre. Selon nos informations, le groupe dirigé par Pierre Castel aurait déboursé **entre 20 et 30 millions d'euros** pour s'acheter la plateforme de vente en ligne de vins dont le chiffre d'affaires tourne autour de 70 millions d'euros. Le processus de rachat est sur le point d'être finalisé et n'attendrait désormais que l'autorisation de l'Autorité de la concurrence.

Le spécialiste des vins au bon rapport qualité/prix

Créée en 2002 à Annecy par **Emmanuel Toussain** t et **Olivier Ivangine** , Vinatis emploie aujourd'hui 120 collaborateurs. La plateforme s'est spécialisée dans les vins à petits prix, vendus entre 4 et 8 euros, faisant d'elle le leader en ligne dans ce secteur. Avec ce rachat, Castel Frères, qui possède notamment les enseignes Nicolas et Savour , poursuit donc sa stratégie visant les vins ayant un bon rapport qualité/prix.

Un important chiffre d'affaires à l'export

Ces dernières années, Vinatis a par ailleurs vu sa croissance croître fortement, aidée par les différents confinements et le boom des ventes en ligne. La plateforme savoyarde a également bénéficié ces dernières années de son développement en Europe (35% de son chiffre d'affaires), notamment en Espagne, Italie ou au Royaume-Uni. De quoi faire saliver le groupe

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Castel.

CASTELNICOLAS2 - CISION 366414787

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

le dauphiné libéré

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **873000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **07 septembre 2022 P.2**

Journalistes : **Isabelle DAVIER**

Nombre de mots : **541**

ANNECY

Le Groupe Castel rachète Vinatis, leader de la vente de vin en ligne

La PME Vinatis est entrée en négociations exclusives avec le Groupe Castel. Avec ce rachat, le géant bordelais du vin annonce poursuivre sa diversification et Vinatis son développement, notamment à l'international.

C'est une pépite haut-savoyarde du e-commerce qui entre dans le giron du Groupe Castel. « L'opération devrait être finalisée dans les prochaines semaines, sous réserve de l'obtention des autorisations des autorités réglementaires et de la levée des conditions suspensives usuelles », précise Emmanuel Toussaint, cofondateur de Vinatis.

20 ans après avoir créé Vinatis à Annecy avec Olivier Ivangine, un de ses amis entrepreneurs, passionné de vin comme lui, il s'apprête à céder les clés de l'entreprise au géant bordelais du vin. Avec la satisfaction d'avoir su hisser Vinatis parmi les leaders européens de la vente en ligne de vins, champagnes et spiritueux. Vinatis réalise près de 30 % de son chiffre d'affaires à l'international.

Ancrée à Annecy, où elle s'est développée avec une croissance des ventes boostée par les confinements, l'entreprise est en pleine ascension, avec un chiffre d'affaires de près de 70 millions d'euros en 2021. Et une croissance annuelle moyenne de plus de 20 % au cours des 10 dernières années.

« Le site, le service clients et toute la logistique resteront à Annecy »

« Le site, le service clients et toute la logistique resteront à Annecy. Les 130 collaborateurs aussi », selon Emmanuel Toussaint, qui précise que Vinatis restera autonome dans son fonctionnement.

Olivier Ivangine et Emmanuel Toussaint ont créé Vinatis en 2002. Le site de e-commerce vend aujourd'hui ses produits dans une trentaine de pays. Archives photos Le DL/Greg YETCHMENIZA

"L'adossement de Vinatis au Groupe Castel lui permettrait de poursuivre sa structuration et de renforcer sa position de marché dans un environnement concurrentiel en phase de concentration. Avec cette nouvelle croissance externe qui s'inscrit pleinement dans sa politique de diversification, l'entreprise familiale Castel conforterait sa place parmi les leaders de la distribution de vins et spiritueux en France et en Europe", précise de son côté le Groupe Castel dans un communiqué.

Créée en 1949 à Bordeaux par neuf frères et sœurs, Castel est une entreprise familiale qui, depuis plus d'un demi-siècle, "consacre toute son expertise et son énergie au rayonnement du vin français à travers le monde".

Le groupe, piloté par Pierre Castel, son président fondateur, est "progressivement devenu le premier producteur de vins en France et en Europe. En 60 ans, Castel a en effet su développer un savoir-faire unique dans tous les métiers du vin. De la propriété à l'embouteillage, en passant par la récolte, la vinification et l'élevage, il maîtrise la qualité de ses vins à chaque étape de leur élaboration, de la vigne au verre. Fort de plusieurs Châteaux de renom, Castel est aujourd'hui un groupe international, présent dans plus de 130 pays", précise encore le communiqué.

En rachetant Vinatis, le Groupe, qui détient également les cavistes Nicolas, poursuit sa diversification, notamment sur le e-commerce.

Isabelle DAVIER

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9454263600506

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

ledauphine.com

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **3942417**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

7 Septembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **1192**

www.ledauphine.com

Visualiser l'article

Haute-Savoie Le Groupe Castel s'offre Vinatis

Le site haut-savoyard de vente en ligne de vins et spiritueux, leader en France, devrait passer dans le giron du groupe bordelais, numéro 1 sur le marché du vin en France.

Le géant du vin, le Groupe Castel, numéro 1 sur le marché du vin en France et en Europe, et numéro 2 dans le monde, qui détient notamment les cavistes Nicolas, serait en passe de devenir propriétaire de la pépite haut-savoyarde Vinatis. L'information, qui circule au bord du lac d'Annecy depuis quelques jours, est relayée par nos confrères du site spécialisé Terre de vins.

Créé à Annecy en 2002 par Emmanuel Toussaint et Olivier Ivangine, le site de vente en ligne de vins, champagnes, spiritueux et bières s'est imposé comme un des leaders du marché en France , avec une croissance spectaculaire, et des ventes boostées par les différents confinements. Vinatis, qui réalise plus de 35 % de son chiffre d'affaires à l'export (Allemagne, Italie, Bénélux...), emploie plus d'une centaine de collaborateurs et propose plus de 5000 références en ligne.

Emmanuel Toussaint et Olivier Ivangine ont créé Vinatis à Annecy en 2002. Photo Vinatis

02SxMkTh-dVJr-oireBE_oCMrXcOiXdN5r_7CEDdDjZprCHLnIGfLRQNP9LCVBE4sI7DO-n1L14OD9mc9tGPOXQN2Vh

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

ECO DES PAYS DE SAVOIE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **35000**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **09 septembre 2022**
P.12
Journalistes : **Patricia Rey**
Nombre de mots : **309**

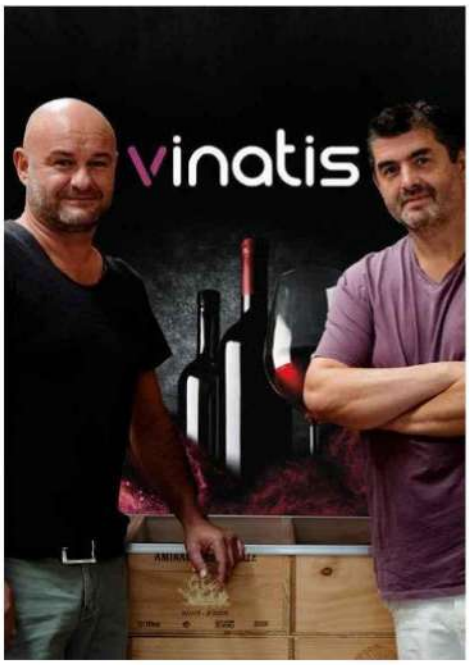
E-COMMERCE

Vinatis racheté par le groupe Castel

L'Annécien Vinatis, leader français de la vente en ligne de vins et spiritueux annonce être entré en négociations exclusives avec Castel, groupe bordelais, premier producteur de vins en France et en Europe. Créée il y a vingt ans par Emmanuel Toussaint et Olivier Ivangine, Vinatis a construit au fil des années *« une offre variée qualitative et accessible en termes de prix »*, totalisant aujourd'hui 220 000 clients. L'entreprise, qui connaît une remarquable ascension, encore plus depuis la crise sanitaire, affiche une croissance annuelle supérieure à 20 % ces dix dernières années, pour un chiffre d'affaires (CA) de 70 millions d'euros (M€) en 2021, avec 130 collaborateurs. Sa part à l'export approche les 30 %.

Avec cette opération, Vinatis, qui détient 7 % des parts de marché en France, ambitionne *« de continuer sa structuration et de renforcer son leadership sur un marché très concurrentiel où les regroupements se multiplient »*, explique Emmanuel Toussaint, dans un communiqué paru le 2 septembre. Il précise qu'il conservera son autonomie et son implantation à Annecy-le-Vieux. De son côté, le groupe Castel (marques Castel Frères, Châteaux Castel, Kriter, Patriarche, Listel…), poursuit ainsi sa diversification dans l'e-commerce, en s'offrant son troisième caviste (Nicolas et Le Savour), afin de *« conforter sa place parmi les leaders du vin et des spiritueux en France mais aussi en Europe. »*

Cette multinationale familiale, fondée en 1949 et dirigée par Pierre Castel (5,6 milliards d'euros de CA consolidé en 2019), possède 1 400 hectares de vignobles en France. Elle est présente dans tous les métiers du vin, de la propriété à la distribution (dans plus de 130 pays) en passant par la récolte, l'embouteillage, la vinification. Le rachat devrait être finalisé dans les prochains mois sous réserve de l'obtention de l'autorisation de l'Autorité de la concurrence. ***Patricia Rey***



239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 2930463600524

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

groupe-ecomedia.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **25216**
Sujet du média : **Economie - Services**

8 Septembre 2022
Journalistes : **Patricia REY**
Nombre de mots : **2312**

Visualiser l'article

Vins & spiritueux : Vinatis racheté par le groupe Castel

L'Annécien Vinatis, leader français de la vente en ligne de vins et spiritueux, annonce être entré en négociations exclusives avec Castel, groupe bordelais, premier producteur de vins en France et en Europe.

Créée il y a vingt ans par Emmanuel Toussaint et Olivier Ivangine, Vinatis a construit au fil des années *« une offre variée qualitative et accessible en termes de prix »* , totalisant aujourd'hui **220 000 clients** . L'entreprise, qui connaît une remarquable ascension, encore plus depuis la crise sanitaire, affiche une **croissance annuelle supérieure à 20 % ces dix dernières années** , pour un **chiffre d'affaires de 70 millions d'euros en 2021** , avec **130 collaborateurs** . **Sa part à l'export approche les 30 %.**

Renforcer son leadership

Locaux de Vinatis à Annecy-Le Vieux crédit Vinatis

Avec cette opération, Vinatis, qui détient 7 % des parts de marché en France, affiche ses ambitions :

« Continuer sa structuration et de renforcer son leadership sur un marché très concurrentiel où les regroupements se multiplient », explique Emmanuel Toussaint, dans un communiqué paru le 2 septembre.

Le dirigeant précise qu'il conservera son autonomie et son implantation à Annecy-le-Vieux. De son côté, le **groupe Castel** (marques Castel Frères, Châteaux Castel, Kriter, Patriarche, Listel...), poursuit ainsi sa **diversification dans l'e-commerce** , en s'offrant son troisième caviste (Nicolas et Le Savour), afin de *« conforter sa place parmi les leaders du vin et des spiritueux en France mais aussi en Europe. »*

Cette **multinationale familiale** , fondée en 1949 et dirigée par Pierre Castel (**5,6 milliards d'euros de CA consolidé en 2019**), qui possède 1 400 hectares de vignobles en France, a développé un **vrai savoir-faire dans tous les métiers du vin,**

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

de la propriété à l'embouteillage en passant par la récolte, la vinification et l'élevage. Le groupe distribue également dans plus de **130 pays** . Le **rachat devrait être finalisé dans les prochains mois** sous réserve de l'obtention de l'autorisation de l'Autorité de la concurrence.

Patricia Rey

A LIRE AUSSI :

Ces entreprises qui repartent
iframe : redir.opoint.com

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

La Nouvelle République des Pyrénées

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **81000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Page non disponible

Edition : **10 septembre 2022 P.12**

Journalistes : **Michel Maliarevsky**

Nombre de mots : **583**

Aurélien Pimont, caviste :la passion du vin

ici et là-bas

Pendant des mois, l'enseigne Nicolas de Tarbes a été fermée. Sa responsable, handicapée par une blessure récurrente à l'épaule, n'était pas capable de reprendre son travail. Son absence a suscité des inquiétudes légitimes et des interrogations. Comment un magasin plutôt visité par une clientèle fidèle pouvait-il rester fermé pendant une telle durée ? La vox populi se posa des questions concernant la conservation de milliers de bouteilles ! Bref, tout était organisé grâce à une température adéquate.

Quatre mois plus tard, un nouveau venu assure l'intérim pour quelque temps. Une étape qui sera une nouvelle expérience pour ce passionné du vin qui se présente : « Je m'appelle Aurélien Pimont, j'ai 40 ans et après avoir exercé plusieurs métiers très différents dont celui de D-jay, en France et en Europe, je me suis consacré au vin et après des expériences indépendantes, j'ai rejoint l'enseigne Nicolas que je dois rejoindre à la mi-septembre à Bordeaux dans le quartier des Chartrons. Bien que brève, mon intervention m'aura été profitable. Certes, les Français ayant cette année pris des vacances, la clientèle était limitée, mais lors de la grande braderie du 2 et du 3 septembre, un jeune homme m'achètera un lot diversifié de bouteilles pour 300 €. Ces achats sont en fait plus fréquents qu'il n'y paraît. Il m'est arrivé de réaliser des ventes de plusieurs centaines d'Euros et ces moments sont plutôt excitants car on partage avec des connaisseurs. Parfois des gens d'un certain âge me font la même réflexion, cette fois liée au vin : « C'était mieux avant ! » mais en dehors de la nostalgie et des souvenirs fluctuants de chacun je précise que l'utilisation des pesticides et des glyphosates a modifié les cultures vinicoles et que le réchauffement climatique a augmenté le degré d'alcool et qu'il est maintenant rare de trouver des vins à 12°. Certains « merlots » peuvent même atteindre 14° voire 14, 5°, ce qui change les habitudes de consommation. Les efforts effectués par certains viticulteurs et œnologue pour diminuer l'utilisation des pesticides permettront peut-être de revenir 10 ans en arrière. Parallèlement, les viticulteurs ont développé de nouveaux crus intéressants : « Les Faugères », les « Fitou », les « Fronton » et des efforts ont été faits pour transformer et améliorer des « petits vins » tels que les « Costières de Nîmes » ou des « Minervois » en une production de qualité. »

Quand on demande à Aurélien ce qu'il préfère, il répond sans hésiter les « Bourgognes » bien sûr et il s'approche du rayon et déclare : « Voilà par exemple un « Volnay » 2018 abordable et après 4 ans de vieillissement, il offre déjà une belle robe et du caractère. »

La foire aux vins durera jusqu'au 4 octobre dans le magasin. L'opportunité de demander aux cavistes quelques conseils et il coche les références qu'il a sélectionnées sur le catalogue : un AOP Touraine : « Mon Coco-Cot » à 6,40 €, un AOP Cotes du Rhône « Vignoble de Ruth » à 7 €, un AOP Morgon « Domaine de Leyre-Loup » à 12,30 € et un AOP Margaux « Château Marsac Seguineau » à 28 €. Aurélien montre l'étiquette : cuvée 2012.

Bonne chance à Aurélien et à son successeur.

Quant au message, qui depuis des années est martelé sur les ondes et à la télévision, à chacun d'évaluer son taux de modération. Avec modération bien sûr.

MichelMaliarevsky

0677jyY7pHJR0tZvFvZ6RuIFvnJLuNBoMP3MIRiGVYxq1fTOF19te_dntrtAANHxgN2Qw

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LA NOUVELLE RÉPUBLIQUE des Pyrénées

www.nrpyrenees.fr

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **147721**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

10 Septembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3818**

Visualiser l'article

Aurélien Pimont, caviste : la passion du vin

Pendant des mois, l'enseigne Nicolas de Tarbes a été fermée. Sa responsable, handicapée par une blessure récurrente à l'épaule, n'était pas capable de reprendre son travail. Son absence a suscité des inquiétudes légitimes et des interrogations. Comment un magasin plutôt visité par une clientèle fidèle pouvait-il rester fermé pendant une telle durée ? La vox populi se posa des questions concernant la conservation de milliers de bouteilles ! Bref, tout était organisé grâce à une température adéquate.

Quatre mois plus tard, un nouveau venu assure l'intérim pour quelque temps. Une étape qui sera une nouvelle expérience pour ce passionné du vin qui se présente : "Je m'appelle Aurélien Pimont, j'ai 40 ans et après avoir exercé plusieurs métiers très différents dont celui de D-jay, en France et en Europe, je me suis consacré au vin et après des expériences indépendantes, j'ai rejoint l'enseigne Nicolas que je dois rejoindre à la mi-septembre à Bordeaux dans le quartier des Chartrons. Bien que brève, mon intervention m'aura été profitable. Certes, les Français ayant cette année pris des vacances, la clientèle était limitée, mais lors de la grande braderie du 2 et du 3 septembre, un jeune homme m'achètera un lot diversifié de bouteilles pour 300 €. Ces achats sont en fait plus fréquents qu'il n'y paraît. Il m'est arrivé de réaliser des ventes de plusieurs centaines d'Euros et ces moments sont plutôt excitants car on partage avec des connaisseurs. Parfois des gens d'un certain âge me font la même réflexion, cette fois liée au vin : "C'était mieux avant !" mais en dehors de la nostalgie et des souvenirs fluctuants de chacun je précise que l'utilisation des pesticides et des glyphosates a modifié les cultures vinicoles et que le réchauffement climatique a augmenté le degré d'alcool et qu'il est maintenant rare de trouver des vins à 12°. Certains "merlots" peuvent même atteindre 14° voire 14, 5°, ce qui change les habitudes de consommation. Les efforts effectués par certains viticulteurs et oenologue pour diminuer l'utilisation des pesticides permettront peut-être de revenir 10 ans en arrière. Parallèlement, les viticulteurs ont développé de nouveaux crus intéressants : "Les Faugères", les "Fitou", les "Fronton" et des efforts ont été faits pour transformer et améliorer des "petits vins" tels que les "Costières de Nîmes" ou des "Minervois" en une production de qualité."

Quand on demande à Aurélien ce qu'il préfère, il répond sans hésiter les "Bourgognes" bien sûr et il s'approche du rayon et déclare : "Voilà par exemple un "Volnay" 2018 abordable et après 4 ans de vieillissement, il offre déjà une belle robe et du caractère."

La foire aux vins durera jusqu'au 4 octobre dans le magasin. L'opportunité de demander aux cavistes quelques conseils et il coche les références qu'il a sélectionnées sur le catalogue : un AOP Touraine : "Mon Coco-Cot" à 6,40 €, un AOP Cotes du Rhône "Vignoble de Ruth" à 7 €, un AOP Morgon "Domaine de Leyre-Loup" à 12,30 € et un AOP Margaux "Château Marsac Seguineau" à 28 €. Aurélien montre l'étiquette : cuvée 2012.

Bonne chance à Aurélien et à son successeur.

Quant au message, qui depuis des années est martelé sur les ondes et à la télévision, à chacun d'évaluer son taux de modération. Avec modération bien sûr.

0Vioss159dXrgBJBLDeUw6LWoZkpg4HXlj4rYd1bqlzQXgUKxiF6iu6PkUt7GfRqziunuAI7jR31XVx6ivm4kfgMzBi

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Aurélien Pimont, caviste : la passion du vin Aurélien Pimont, caviste : la passion du vin

Aurélien Pimont, caviste : la passion du vin Aurélien Pimont, caviste : la passion du vin

0Vioss159dXrgBJBLDeUw6LWoZkpg4HXlj4rYd1bqlzQXgUKxiF6iu6PkUt7GfRqziunuAI7jR31XVx6ivm4kfgMzBi

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

11 Septembre 2022
Durée de l'extrait : **00:28:28**
Heure de passage : **13h01**
Disponible jusqu'au :
10 Novembre 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Brive-la-Gaillarde.

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220235944

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

DÉCISION boissons
L'hebdomadaire des décideurs du monde des liquides

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Agroalimentaire-Agriculture
Economie-Services

Edition : **09 septembre 2022**
P.2-3
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **162**

ENTREPRISE

Castel Frères sur le point de racheter Vinatis

Déjà implanté dans le commerce en ligne du vin, le groupe Castel Frères est sur le point de finaliser le rachat de Vinatis, l'un des leaders français de la vente de vin en ligne. Une négociation exclusive a été ouverte avec le premier producteur de vins en France et en Europe. Créée en 2002 à Annecy (74) par Emmanuel Toussaint et Olivier Ivangine, Vinatis compte près de 130 collaborateurs et affiche un chiffre d'affaires de 70 M€ en 2021. La plateforme s'est spécialisée dans les vins à petits prix, vendus entre 4 et 8 €, faisant d'elle le leader en ligne dans ce secteur. Avec ce rachat, Castel Frères, qui possède notamment les enseignes Nicolas et Le Savour, poursuit sa stratégie visant les vins ayant un bon rapport qualité/prix. L'opération d'acquisition de Vinatis devrait être finalisée dans les prochains mois sous réserve de l'obtention de l'autorisation de l'Autorité de la concurrence.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LE 16H00 D'APS

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **12 septembre 2022**
P.1-2
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **177**

VIN

[33] Le groupe girondin Castel se renforce par croissance externe sur la vente en ligne

Le groupe girondin Castel, numéro un français du vin, mène une nouvelle opération de croissance externe. Leader de la vente des vins de marques (Roche Mazet, Vieux Papes, La Villageoise, Baron de Lestac...), il se prépare à mettre la main sur Vinatis. Fondée à Annecy (Haute-Savoie) il y a 20 ans, cette entité pilote le site web éponyme, dédié à la vente en ligne de vins et spiritueux, un segment sur lequel il représente 7% du marché français avec un chiffre d'affaires 2021 de près de 70 M€ (57 M€ en 2020). A signaler que l'acquisition doit encore recevoir le feu vert de l'Autorité de la Concurrence. Employant 120 personnes, Vinatis s'appuie sur une offre de 5 500 références.

☞ Par ailleurs propriétaire du caviste Nicolas, Castel a déjà investi il y a une dizaine d'années dans la vente à distance avec le rachat du Savour Club, qui a basculé début 2022 en site de vente en ligne et rebaptisé simplement Savour.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **185000**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **15 septembre 2022 P.17**
Journalistes : **SYLVIE LEBOULENGER**
Nombre de mots : **631**

Castel investit dans l'e-commerce du vin

Le groupe Castel, numéro un français du vin, rachète Vinatis, pure player historique de la vente de vin sur internet. L'une des dernières pépites du secteur à reprendre.

L'e-commerce, le futur du vin? Les confinements ont changé le regard des amateurs sur ce circuit de distribution. Lors de la pandémie, les ventes des pure players se sont envolées, créant de nouvelles habitudes d'achat qui sont restées, même si le retour à une vie plus normale a rééquilibré les ventes de vin entre les circuits. Ce mouvement a, en tout cas, suscité une sorte de razzia sur les e-commerçants du secteur. En 2018, 1jour1vin a été repris par Castéja, propriétaire de grands crus bordelais. Mi-2021, la branche vins et spiritueux de LVMH et l'italien Campari ont créé une entité paneuropéennne en s'appuyant sur Tannico, un acteur italien dans lequel Campari avait investi, et sur le site français Ventealapropriete (70 millions d'euros de chiffre d'affaires à eux deux). Pernod Ricard participe également à cette montée en puissance du numérique avec la marketplace Drinks&Co, le site espagnol Bodeboca et le britannique The Whisky Exchange. WineandCo appartient, lui, au groupe de spiritueux La Martiniquaise et Le Petit Ballon, en pleine expansion au niveau européen, est détenu par le lyonnais Cogip.

Dernier mouvement en date: le rachat du français Vinatis par le groupe Castel, numéro un français et numéro trois mondial du vin. Tous les sites qui comptent sont donc aujourd'hui détenus par des groupes puissants. *«C'est très bon pour le marché*, analyse Bernard Le Marois, PDG de WineandCo.

© KYLIA (NLL)

Emmanuel Toussaint et Olivier Ivangine, les deux amis fondateurs de Vinatis.

Cela pérennise les entreprises et stabilise les stratégies dans un secteur qui demande beaucoup d'investissements en marketing.» Ainsi, Vinatis disposerait d'un important budget pour l'achat de mots-clés sur la Toile.

Une offre large et populaire

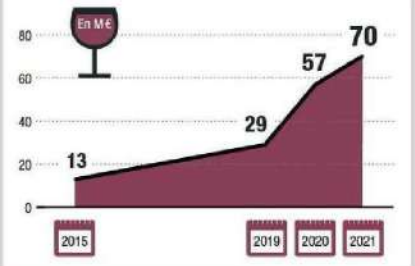
Vinatis a été créé en 2002 à Annecy (74) par Olivier Ivangine et Emmanuel Toussaint. Deux amis qui ont construit leur stratégie pas à pas, en internalisant toutes les fonctions, dont la logistique. *«Dans l'e-commerce du vin, deux stratégies se font face*, détaille Martin Cubertafond, consultant spécialiste du marché (Vision&Route). *Celle des offres très sélectionnées ("curated") et celle des offres les plus larges possible ("universalistes"). Vinatis se situe dans cette seconde catégorie, avec pour objectif de proposer aux clients tous les vins qu'ils recherchent.»*

Vinatis, qui emploie 120 salariés et capte 7 % du marché des ventes en ligne, propose un éventail de 5500 nectars. Autre atout de cette pépite: l'international. *«Cette opération, qui s'inscrit dans la politique de diversification de Castel, permettrait à Vinatis de poursuivre de manière autonome son développement, notamment à l'international»*, annonce le groupe bordelais, en précisant que ce rachat reste soumis à la décision de l'Autorité de la concurrence. Vinatis réalise 30 % de son chiffre d'affaires hors de France.

Castel est déjà présent dans l'e-commerce via le caviste Nicolas et Le Savour, mais *«ce sont d'autres modèles économiques, avec leurs propres écosystèmes digitaux. Ils représentent moins de 1 % du chiffre d'affaires du groupe»*, précise la société. Avec Vinatis, elle entre clairement dans une nouvelle dimension de l'e-business avec, à la clé, une relation directe avec les consommateurs. C'est l'un des intérêts majeurs de ce circuit et un enjeu pour les acteurs des vins et des spiritueux. ■ **SYLVIE LEBOULENGER**

VINATIS, UN SITE EN FORTE CROISSANCE

Évolution du CA de Vinatis, en M€, de 2015 à 2021 — Source: Vinatis



Le cap des 4 millions de cols vendus a été franchi en 2020, l'année des confinements.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3014763600503

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LSA

www.lsa-conso.fr

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **747595**
Sujet du média : **Economie - Services**

15 Septembre 2022
Journalistes : **Sylvie Leboulenger**
Nombre de mots : **3957**

Visualiser l'article

Castel investit dans l'e-commerce du vin

Le groupe Castel, numéro un français du vin, rachète Vinatis, pure player historique de la vente de vin sur internet. L'une des dernières pépites du secteur à reprendre.

Emmanuel Toussaint et Olivier Ivangine, les deux amis fondateurs de Vinatis. © © katja pauli

L'e-commerce, le futur du vin ? Les confinements ont changé le regard des amateurs sur ce circuit de distribution. Lors de la pandémie, les ventes des pure players se sont envolées, créant de nouvelles habitudes d'achat qui sont restées, même si le retour à une vie plus normale a rééquilibré les ventes de vin entre les circuits. Ce mouvement a, en tout cas, suscité une sorte de razzia sur les e-commerçants du secteur. En 2018, 1jour1vin a été repris par Castéja, propriétaire de grands crus bordelais. Mi-2021, la branche vins et spiritueux de LVMH et l'italien Campari ont créé une entité paneuropéennne en s'appuyant sur Tannico, un acteur italien dans lequel Campari avait investi, et sur le site français Vente a la propriete (70 millions d'euros de chiffre d'affaires à eux deux). Pernod Ricard participe également à cette montée en puissance du numérique avec la marketplace Drinks & Co, le site espagnol Bodeboca et le britannique The Whisky Exchange. WineandCo appartient, lui, au groupe de spiritueux La Martiniquaise et Le Petit Ballon, en pleine expansion au niveau européen, est détenu par le lyonnais Cogip.

Dernier mouvement en date : le rachat du français Vinatis par le groupe Castel, numéro un français et numéro trois mondial du vin. Tous les sites qui comptent sont donc aujourd'hui détenus par des groupes puissants. « C'est très bon pour le marché, analyse Bernard Le Marois, PDG de WineandCo. Cela pérennise les entreprises et stabilise les stratégies dans un secteur qui demande beaucoup d'investissements en marketing. » Ainsi, Vinatis disposerait d'un important budget pour l'achat de mots-clés sur la Toile.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Une offre large et populaire

Vinatis a été créé en 2002 à Annecy (74) par Olivier Ivangine et Emmanuel Toussaint. Deux amis qui ont construit leur stratégie pas à pas, en internalisant toutes les fonctions, dont la logistique . « Dans l'e-commerce du vin, deux stratégies se font face, détaille Martin Cubertafond, consultant spécialiste du marché (Vision & Route). Celle des offres très sélectionnées (" curated) et celle des offres les plus larges possible (" universalistes). Vinatis se situe dans cette seconde catégorie, avec pour objectif de proposer aux clients tous les vins qu'ils recherchent. »

Vinatis, qui emploie 120 salariés et capte 7 % du marché des ventes en ligne, propose un éventail de 5 500 nectars. Autre atout de cette pépite : l'international. « Cette opération, qui s'inscrit dans la politique de diversification de Castel, permettrait à Vinatis de poursuivre de manière autonome son développement, notamment à l'international », annonce le groupe bordelais, en précisant que ce rachat reste soumis à la décision de l'Autorité de la concurrence. Vinatis réalise 30 % de son chiffre d'affaires hors de France.

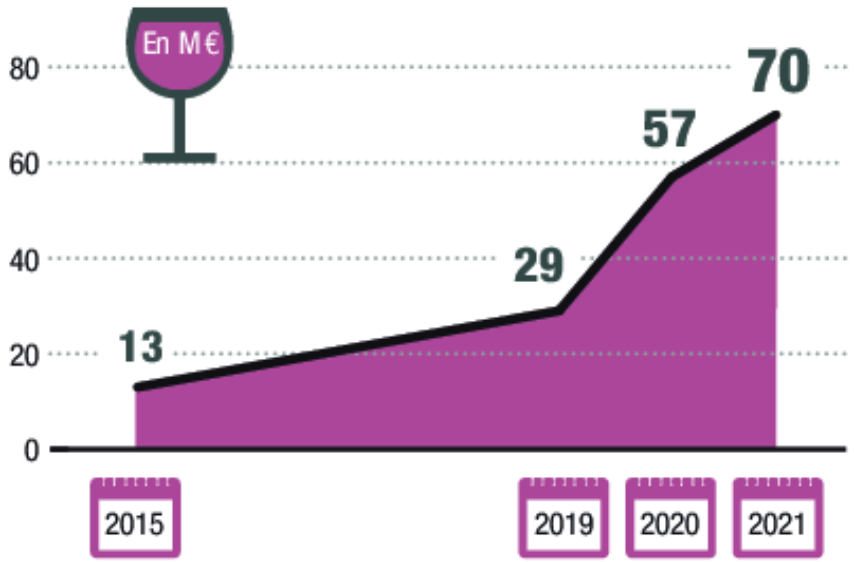
Castel est déjà présent dans l'e-commerce via le caviste Nicolas et Le Savour, mais « ce sont d'autres modèles économiques, avec leurs propres écosystèmes digitaux. Ils représentent moins de 1 % du chiffre d'affaires du groupe », précise la société. Avec Vinatis, elle entre clairement dans une nouvelle dimension de l'e-business avec, à la clé, une relation directe avec les consommateurs. C'est l'un des intérêts majeurs de ce circuit et un enjeu pour les acteurs des vins et des spiritueux.

Vinatis un site en forte croissance

Évolution du CA de Vinatis, en M €, de 2015 à 2021

Source : Vinatis

Le cap des 4 millions de cols vendus a été franchi en 2020, l'année des confinements.



Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

17 Septembre 2022
Durée de l'extrait : **00:25:34**
Heure de passage : **13h03**
Disponible jusqu'au :
16 Novembre 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Toulouse.

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220242759

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée depuis la boutique Nicolas de Tarbes.

18 Septembre 2022
Durée de l'extrait : **00:28:08**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
17 Novembre 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220243979

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

24 Septembre 2022
Durée de l'extrait : **00:27:59**
Heure de passage : **13h03**
Disponible jusqu'au :
23 Novembre 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

Résumé: Le caviste Nicolas a été fondé en 1822.

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220249460

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

25 Septembre 2022
Durée de l'extrait : **00:25:02**
Heure de passage : **13h03**
Disponible jusqu'au :
24 Novembre 2022

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

Résumé: Le caviste Nicolas a été fondé en 1822.

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220250095

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CAVISTES & E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **46654**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Septembre 2022 P.35**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **294**

ASSORTIMENT

LÉA PERRET
NICOLAS, Lyon Jacobins (Rhône)

Léa Perret sera-t-elle sacrée « Meilleure caviste de France » en septembre prochain ? Elle figure en tout cas dans la liste des finalistes à ce concours édition 2022. En attendant, dans sa boutique lyonnaise à l'enseigne Nicolas, force est de constater que les vins de Loire n'ont pas encore vraiment conquis les papilles des habitants de la capitale des Gaules. « *En matière de vins frais, ici, le beaujolais concurrence directement les vins de Loire* », avance Léa Perret comme explication. Et les vignobles de la vallée du Rhône ne sont pas loin non plus. Si la clientèle de cette boutique s'avère somme toute plutôt réceptive, il n'en reste pas moins que certains vins à forte typicité, comme ceux issus de chenin, « *ne sont pas faciles à vendre, surtout les liquoreux, qui partent de moins en moins* ». Les grandes appellations comme savennières, chinon, bourgueil, vouvray ou sancerre bénéficient cependant d'une plutôt belle image. La gamme proposée est d'ailleurs assez large, dans les trois couleurs. L'ancien gérant, originaire de Chinon, avait peu ou prou créé la demande. C'est peut-être ce qui explique l'engouement de la clientèle pour les bulles ligériennes, notamment les crémants, blancs et rosés. Autre succès pétillant : le saumur de Bouvet Ladubay. Au point qu'on ne demande pas un saumur, mais un Bouvet. Quand la marque surpasse l'appellation ! Et Léa Perret d'avouer un faible pour les vins de la Côte Roannaise et ceux des Côtes d'Auvergne. L'autre Loire, en somme. ■

DR

Mes 5 COUPS de CŒUR

- **POUILLY FUMÉ LES VIGNEROTTES**, Caves de Pouilly-sur-Loire, 19,30 €
- **SAUMUR BLANC L'INSOLITE**, Thierry Germain, 25,50 €
- **CHINON ROUGE LE CLOS DE L'ÉCHO**, Vignobles Couly-Dutheil, 21,70 €
- **CÔTE ROANNAISE ROUGE BOUTHERAN**, Famille Vial, 8 €
- **CÔTES D'AUVERGNE BASALTE ROUGE**, Desprat-Saint-Verny, 21 €

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web

Famille du média : **N.C.**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **N.C.**

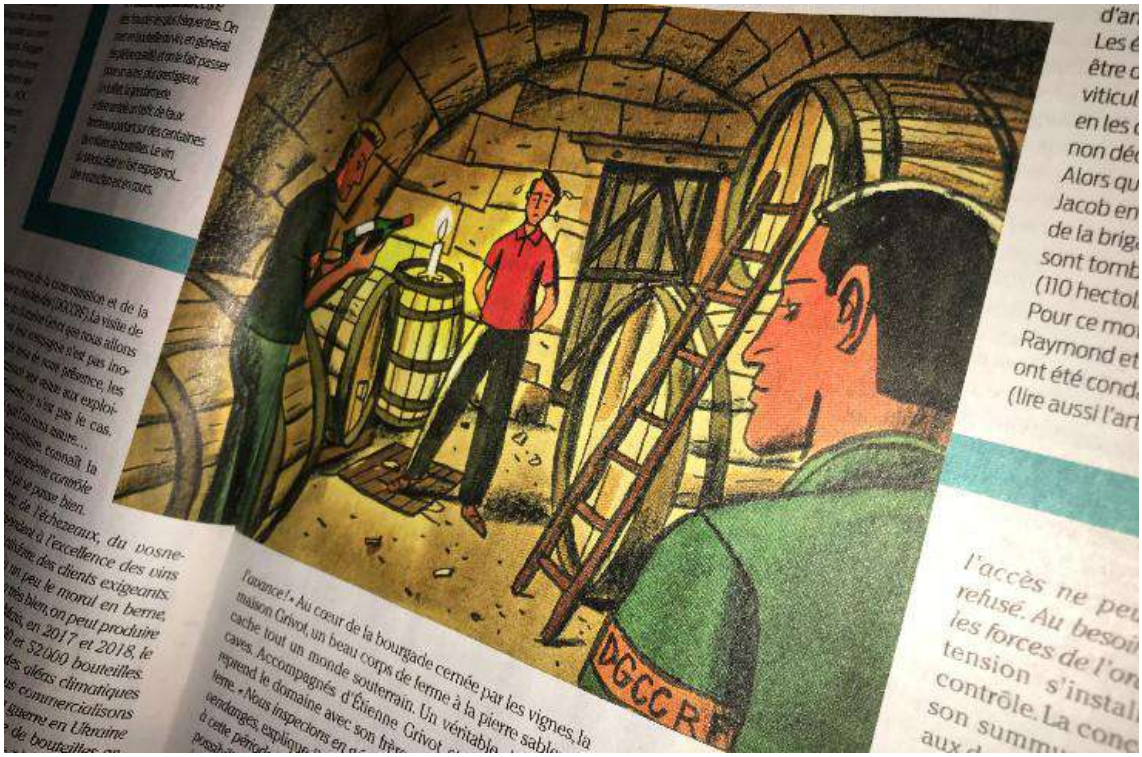
26 Septembre 2022
Journalistes : **Alexandre Abellan**
Nombre de mots : **3489**

www.vitisphere.com

Visualiser l'article

Recueil d'affaires À "40 % mélangé", le vin de Bordeaux reprend un petit coup de j'arnaque

Le mensuel Que Choisir consacre un long dossier aux fraudes entachant la réputation du vignoble français. Un best-of d'affaires judiciaires qui se concentre essentiellement sur la Gironde, une cible assez habituelle, en ajoutant le soupçon de "l'arbre qui cache une forêt de trafics".



Le dossier est autant illustré qu'illuminé par les compositions de Loustal, en encre de Chine et aquarelles. - crédit photo : Alexandre Abellan (Vitisphere)

L

' *UFC Que Choisir* souhaite une bonne foire aux vins d'automne à tous les producteurs de Bordeaux. Daté d'octobre, son dernier numéro consacre 8 pages à *« la grande foire des fraudes »* , avec une enquête *« dans les coulisses de la filière viticole. Un monde opaque qui cache de lourds secrets. »* Mouillages, coupages et autres falsifications sont passés en revue avec l'évocation d'affaires venant de Bourgogne (deux sont citées) et, surtout, de Bordeaux (dix dossiers évoqués). Parmi les affaires judiciaires ayant animé les tribunaux de Bordeaux et de Libourne ces dernières années, que choisir ?

L'UFC opte pour une liste à la Prévert, de l'attaque pour dénigrement remportée par le Conseil Interprofessionnel des Vins de Bordeaux (CIVB) contre les commentaires d'analyses de résidus phytos de la figure antipesticides Valérie Murat (qui doit régler 125 000 € pour se porter en appel) aux condamnations du vigneron Hervé Grandeau (l'amenant à quitter la présidence de la Fédération des Grands Vins de Bordeaux , FGVB), en passant par les arrêts contre les Grands Vins de Gironde (GVG) et contre Vincent Lataste (allant en cassation). Sans oublier le dossier, à l'arrêt, des fraudes de la

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

négociante Yanka Ferrer (révélé par *Vitisphere* et non la Confédération Paysanne comme le rapporte l' *UFC Que Choisir* *), mais aussi un récent démantèlement de fraudes aux vins d'Espagne dans le Médoc et même l'historique affaire à chausse-trappe Robert Geens ... S'il manque les tribulations judiciaires du classement 2012 des grands crus de Saint-Émilion ou les rebondissements des Crus Bourgeois du Médoc , les marques domaniales sont bien citées avec l'exemple du Bordeaux de Maucaillou . Un vrai menu maxi best of !

Focale bordelaise

Copieux, ce recueil d'affaires connues décape le lustre des vins de Bordeaux. Ce qui n'est pas une première pour *Que choisir* . De quoi alimenter les plaintes des opérateurs bordelais, qui se plaignent souvent d'être le centre de toutes les mauvaises intentions médiatico-judiciaires. Ces dernières se focalisant rapidement sur le premier département viticole national, quand les autres vins français seraient moins souvent visés. Ayant défrayé la chronique, les affaires Raphaël Michel en vallée du Rhône ou Jean Albrecht en Alsace dissipent cependant cette odeur de souffre-douleur. Pour Bordeaux, ces *« procès à répétition [sont] relatés fidèlement par le journal Sud-Ouest alors que dans d'autres régions la presse est moins attentive »* juge pour sa part le consultant Franck Dubourdieu dans une récente tribune . De son côté, le service bordelais de la Répression des Fraudes a toujours indiqué ne pas être plus intransigeant en Gironde qu'ailleurs .

40 % du vin de Bordeaux est mélangé

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MENTIONS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Web FRA

actu.fr

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**
Audience : **9279728**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

13 Septembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **1639**

Visualiser l'article

Cotentin. Une page se tourne dans ce magasin bio, Stéphane prend la relève de Patricia

M. Brier reprend le magasin « Le Bio Pays » créé par M. et Mme Lahougue en 2014.

M. et Mme Lahougue ont créé le magasin « Le Bio Pays », à Barneville (Manche) en 2014. Épicerie fine, cave à vins, fromage, produits bio, le magasin dans le centre du bourg est un commerce bien connu des amateurs de bons produits .

Stéphane Brier continue désormais l'activité en reprenant le fonds de commerce , vendu par le cabinet Cousin . Caviste chez « Nicolas » durant une vingtaine d'années , il a créé sa propre cave dans la région de Bordeaux . Mais le caviste avait envie de revenir en Normandie , berceau de sa famille depuis plus d'un siècle.

Une transition en douceur

Comme le dit Patricia Lahougue, « il a eu le mal du pays, il est revenu au Bio Pays ». Patricia accompagnera durant un certain temps le nouvel acquéreur. Une grande complicité se ressent entre eux et Patricia est très heureuse de voir que son bébé est entre de bonnes mains. « Je poursuis l'oeuvre de Patricia », dit-il.

« Je connais bien les produits bio car j'en consomme personnellement. Je veux mettre en avant, comme l'a fait Patricia, les produits locaux. Ma volonté est de garder le maximum local. J'apporterai mon expérience dans le domaine des vins. »

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Stéphane Brier

« Le Bio Pays », du mardi au samedi de 9 heures à 12 h 30 et de 14 h 30 à 19 heures. Le dimanche de 9 heures à 12 h 30.

Rédaction La Presse de la Manche

CASTELNICOLAS2 - CISION 366620886

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LA PRESSE DE LA MANCHE

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **52000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **13 septembre 2022 P.14**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **249**

BARNEVILLE-CARTERET. Au rayon du commerce

Changement de propriétaire au Bio Pays

M. ET MME LAHOUGUE ont créé le magasin Le Bio Pays en 2014. Épicerie fine, cave à vins, fromage, produits bio, le magasin dans le centre du bourg est un commerce bien connu des amateurs de bons produits. Stéphane Brier continue désormais l'activité en reprenant le fonds de commerce, vendu par le cabinet Cousin.

Caviste chez Nicolas durant une vingtaine d'années, il a créé sa propre cave dans la région de Bordeaux. Mais le caviste avait envie de revenir en Normandie, berceau de sa famille depuis plus d'un siècle.

➔ M. Brier reprend le magasin Le Bio Pays créé par M. et Mme Lahougue en 2014.

Comme le dit Patricia Lahougue, « il a eu le mal du pays, il est revenu au Bio Pays ». Patricia accompagnera durant un certain temps le nouvel acquéreur. Une grande complicité se ressent entre eux et Patricia est très heureuse de voir que son bébé est entre de bonnes mains. « Je poursuis l'œuvre de Patricia », dit-il. « Je connais bien les produits bio car j'en consomme personnellement. Je veux mettre en avant, comme l'a fait Patricia, les produits locaux. Ma volonté est de garder le maximum local. J'apporterai mon expérience dans le domaine des vins. »

► Le Bio Pays, du mardi au samedi de 9 heures à 12 h 30 et de 14 h 30 à 19 heures. Le dimanche de 9 heures à 12 h 30.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6227563600506

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

FLASH INFOS ECONOMIE EDITION HAUTS DE FRANCE-NORMANDIE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **4950**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **14 septembre 2022**
P.1
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **69**

MANCHE

L'ACTU

50 / DISTRIBUTION : Le Bio Pays de Barneville change de propriétaire

L'épicerie fine spécialisée dans le fromage, les produits bio et cave à vins **LE BIO PAYS** de Barneville-Carteret ouvert en 2014, change de propriétaire. Le commerce a été repris **Stéphane Brier** qui a été caviste chez Nicolas durant une vingtaine d'années et qui a créé sa propre cave dans la région de Bordeaux.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

www.perpignantourisme.com

Famille du média : **Médias institutionnels**
Audience : **7026**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

16 Septembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **1315**

Visualiser l'article

ATELIER DEGUSTATION VINS DU ROUSSILLON - FASCINANT WEEKEND

(Re) découvrez le vin et le terroir du Roussillon à travers des moments ludiques où vous avez la parole !

A l'occasion du Fascinant Weekend, Nicolas vous propose de le retrouver à la Loge de mer et de profiter d'un moment privilégié pour en apprendre plus sur le vin, que vous soyez novice ou plus averti !

L'atelier d'une durée de 45 minutes, se déroulera en trois vins : 1 rouge, 1 blanc, 1 vin doux naturel.

Présentation des Vignobles du Roussillon de manière générale.

• Max 15 personnes, min 6 personnes

*l'abus d'alcool est dangereux pour la santé-à consommer avec modération.

Evénement

Fascinant week-end Vignobles & Découvertes

Type manifestation

Terroir

Catégorie manifestation

Stage / Atelier

Thème manifestation

Vin / Oenologie

Plein tarif : 15,00€

Adresse:

Office de tourisme Perpignan

Place de la Loge

66000 PERPIGNAN

France

Téléphone: +33 4 68 66 30 30|+33 6 22 94 81 55

Portable: +33 6 22 94 81 55

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LA RÉPUBLIQUE DU CENTRE

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **153000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **19 septembre 2022**

P.3

Journalistes : **Blandine Lamorisse**

Nombre de mots : **777**

Cyclistes, commerçants, automobilistes La Rep' a recueilli leur avis sur cette journée test

Ville sans voitures : qu'en ont-ils pensé ?

Pour expérimenter cette première journée sans voitures qui ne dit pas son nom, nous avons sillonné, hier, le périmètre à bicyclette et recueilli des avis, on s'en doute, très contrastés.

D'abord direction les quais, placés en sens unique. Ils sont accessibles aux voitures dans le sens pont Thinat, pont George-V. Barrières et rubalise délimitent la voie libérée pour les cyclistes. Mais rares sont ceux qui s'y aventurent, ils restent sur la piste cyclable juste à côté, visiblement pas au courant qu'une partie de la chaussée leur est dédiée.

Pas au courant, non plus, les automobilistes qui longent la Loire. Aux deux ASVP placées à l'intersection de la rue de la Tour-Neuve, ils posent mille questions. Empêchés de remonter, ils pestent.

Force est de constater que l'information n'a pas circulé. Une riveraine de la rue de la Tour-Neuve explique : « J'ai été obligée de me garer au parking de la Charpenterie. J'ai une cuisine dans la voiture. Je suis venue exprès pour faire des travaux, et je n'ai aucun moyen de rapprocher mon véhicule pour le décharger. » La dame enrage d'autant plus qu'elle circule « toute la semaine en transport en commun ou à vélo ».

Cap sur le pont George-V. Les voitures peuvent le traverser du sud vers le nord, comme à l'accoutumée. En revanche, à sa sortie, c'est virage à gauche ou rien. Là aussi, deux agents renseignent les conducteurs désorientés. Tandis qu'un automobiliste « du cru » découvre que, s'il veut se garer au parking du Châtelet comme programmé, il va devoir aller jusqu'au pont Joffre, prendre à droite tous les boulevards pour retrouver les quais au niveau du pont Thinat et ainsi être dans le bon sens pour gagner les Halles, des touristes de Saint-Étienne tournent en rond. Ils ont réservé un hôtel cloître Saint-Aignan. L'agent fait de son mieux pour leur indiquer un trajet dans une ville qui leur est totalement inconnue.

L'ambiance est plus décontractée quand on quitte les quais pour gagner la place du Martroi. Des stands en rapport avec la thématique du jour y sont installés. L'accès des voitures y étant déjà extrêmement limité en temps normal, l'ambiance générale ne varie guère. Ce qui n'est pas le cas de la rue Jeanne-d'Arc plongée dans le calme et de sa rare perspective sans voitures sur la cathédrale.

Alors qu'il s'apprête à croiser la large artère avec ses garçons de 5 et 10 ans, un père en skate savoure le plaisir de ne pas avoir à se méfier des véhicules. « C'est génial ! », lâche-t-il. « C'est trop bien ! », embrayent ses fistons, l'un sur son skate, l'autre sur sa trottinette. « On l'a su via Facebook. On s'est dit qu'on allait en profiter plutôt que d'aller au skatepark », commente cet habitant du centre. « On se tape un coup la descente ? », lui réclame Éliot, en haut de la rue Charles-Sanglier.

Puis passage par les halles Châtelet pour savoir si les commerçants ressentent « un effet sans voitures ». « Aucun impact, on a très bien travaillé », affirme-t-on chez le caviste Nicolas. Mais constat plus amer chez le traiteur Storia di Gusto : « Notre chiffre d'affaires est en baisse d'au moins 45 % ce matin. » Et le gérant de tempérer : « C'est une bonne chose pour les habitants du centre-ville, moins bonne pour ceux de la périphérie. C'est un test intéressant, mais à terme, si c'était pérennisé, cela conduirait inévitablement à la fermeture de commerces ! Ceci dit, je ne blâme pas la mairie car c'est une problématique difficile à gérer »

Chrystel n'est pas venue faire ses courses mais profiter des Journées du patrimoine. Croisée place de Loire, elle se dit ravie de pouvoir passer d'un site à l'autre à vélo. « C'est idéal aujourd'hui. Je pense qu'il faut renouveler l'initiative, mais rester sur un dimanche car on a aussi une auto et il faut reconnaître que ça serait compliqué d'être bloqué en semaine. »

Eux sont venus à bicyclette, avec leur fille, depuis Chanteau : « Nous avons pris par la forêt, pour être en sécurité. Ça aurait été encore mieux de pouvoir venir via Fleury-les-Aubrais, s'il y avait des pistes protégées. »

Ultime avis recueilli à deux pas de la cathédrale, auprès d'un déménageur « amateur » en nage. Le camion de location ayant interdiction de pénétrer dans le centre ancien, l'homme porte tout jusqu'à un appartement de la rue de Bourgogne au moyen d'une poubelle. « Cette journée, c'est bien sans être bien »

Blandine Lamorisse

0lDLjkTFdkb-KKTaSXKWVaotxn6vJX9wA97XPO6L-nS-U-weg9Ang7DliFTGeRVmuYTE0

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9735963600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

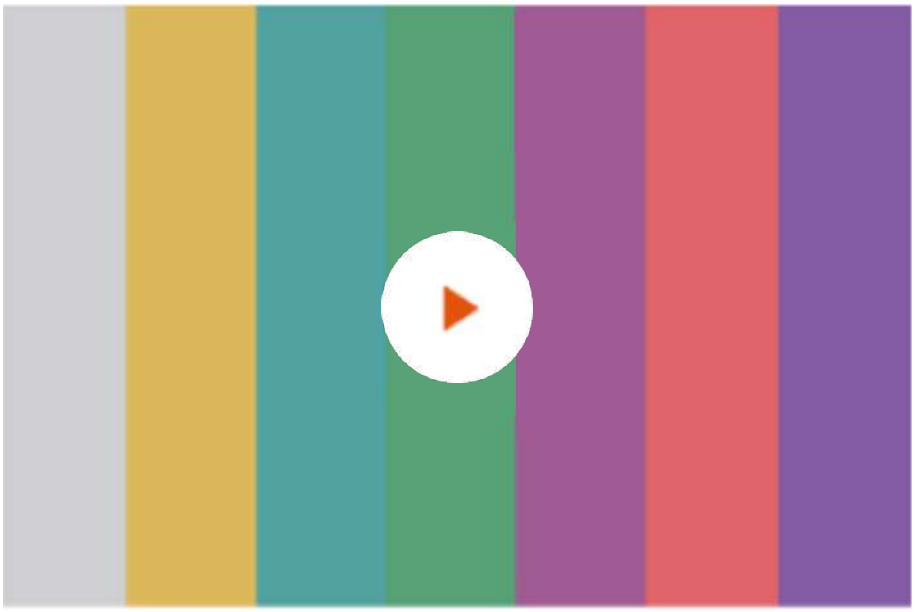
Télévision FRA

Télématin | Week-end

23 Septembre 2022
Durée de l'extrait : **00:03:03**
Heure de passage : **08h56**
Disponible jusqu'au :
22 Novembre 2022

ML **Maya LAUQUE**

DT **Damien THEVENOT**



Résumé: Les immanquables - Le livre "Le Petit Nicolas" représente l'histoire d'amitié de deux chouettes copains. C'est après avoir vu une publicité pour le caviste Nicolas que Jean-Jacques Sempé, un des auteurs, a pris la décision de prendre "Le Petit Nicolas" comme titre du livre.

Famille du média :
TV Grandes Chaînes
Horaire de l'émission :
N.C
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
N.C

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220248296

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

REVUE DE PRESSE NICOLAS

OCTOBRE

Omnicom Public Relations Group

CORPORATE

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

DÉCISION boissons
L'hebdomadaire des décideurs du monde des liquides

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Agroalimentaire-Agriculture
Economie-Services

Edition : **07 octobre 2022 P.4**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **43**

En bref

L'enseigne **Nicolas** renouvelle sa campagne de vente de vins avec les primeurs 2021. Le caviste propose une sélection de vins du millésime 2021 parmi laquelle l'acheteur choisit et récupère l'ensemble des bouteilles une fois l'élevage terminé, soit deux ans après.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

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

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Du 14 au 20 octobre 2022 P.5**
Journalistes : **J.-M.P.**
Nombre de mots : **104**

Nicolas met en avant une sélection de huit vins « engagés »

FRANCE

« *Une sélection respectueuse de l'environnement et accessible à tous* », c'est ainsi que l'enseigne Nicolas présente une offre de huit vins à moins de 10 €, tous porteurs d'un label environnemental, bio, HVE, vegan, Vignerons engagés ou encore Terra Vitis. Il s'agit de six vins rouges AOC bordeaux (deux), côtes-du-rhône et buzet, ainsi que de deux IGP collines-rhodaniennes et côtes-catalanes ; une sélection complétée par deux blancs IGP côtes-catalanes et méditerranée. Cette opération est prévue pour durer jusqu'au 1er novembre dans les caves Nicolas et sur nicolas.com. ■ ***J.-M.P.***

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Les Echos

Famille du média : **PQN**
(Quotidiens nationaux)

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **710000**

Sujet du média : **Economie-Services**
Industrie

Edition : **20 octobre 2022 P.33-35**

Journalistes : **Valérie Landrieu**

Nombre de mots : **895**

PME&REGIONS

La consigne mise sur un changement d'échelle dans les territoires

● Portés par les préoccupations environnementales et la hausse des prix des matières premières, les projets visant à développer la consigne pour réemploi des emballages émergent localement.
● Mais la filière doit passer de la phase expérimentale au déploiement.

ENVIRONNEMENT

Valérie Landrieu
@ValLandrieu

Après l'urgence écologique, la pénurie de matériaux et les impératifs économiques vont-ils donner un coup d'accélérateur à la consigne et au réemploi des emballages ? Pour l'heure, moins de 10 % des contenants en verre mis en marché, soit l'essentiel des emballages aujourd'hui réemployables en France, sont concernés, selon l'éco-organisme Citeo. Mais viticulteurs et autres producteurs s'y intéressent de plus en plus. A court de ressources, certains d'entre eux se sont récemment tournés vers les adhérents du Réseau Consigne pour trouver des bouteilles, rapporte Alice Abbat, la coordinatrice de cette association qui soutient le développement de tels dispositifs.

Partout sur le territoire, des réseaux et des petites structures, associations ou start-up devenues sociétés coopératives et se réclamant de l'Economie sociale et solidaire, émergent localement autour de la collecte et du lavage de bouteilles, parfois de barquettes en Inox. Comme Alpes Consigne en Isère, Rebooteille dans le Rhône ou Ma bouteille s'appelle reviens en Drôme Ardèche, elles ont commencé à structurer des filières, créant des points de collecte et des boucles de réemploi. En Pays de la Loire, Bout à Bout, déjà adossé à une PME d'embouteillage de Clisson (Loire-Atlantique) et à des partenaires logistiques régionaux, est même en train de changer d'échelle. L'entreprise, qui table sur 2 millions de bouteilles réemployées à la fin de l'année, veut lever 400.000 euros par le biais de la plateforme citoyenne Lita.co. Objectif : ouvrir l'an prochain un site industriel de lavage de grande capacité, à l'est de Nantes.

La région parisienne n'est pas en reste. « *Un réseau consigne se structure à l'échelle francilienne* », indique Jérémie Almosni, directeur régional Ile-de-France de l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe). « *Nous sommes dans une phase de montée en puissance ; différents modèles économiques se développent en fonction des types de contenants et notre souhait est de renforcer les structures et les acteurs* », explique-t-il.

Deux rendez-vous dans la loi antigaspillage

« *Les opérateurs de filière territoriaux vont bientôt être capables de mailler le territoire en stations de lavage et d'accompagner les producteurs dans leur transition* », promet Alice Abbat. Des groupes historiques du lavage industriel de caisses et palettes, comme l'ETI perpignanaise Eternity Systems (100 millions d'euros de chiffre d'affaires) prévoit de se développer sur le lavage d'emballages de petite taille, note Sophie Nguyen Buu Cuong, responsable développement de solutions pour le réemploi et le vrac chez Citeo.

Le contexte est relativement favorable même si, au grand dam des ONG environnementales, le législateur n'a pas retenu, dans la loi Climat et Résilience, la généralisation de la consigne pour réemploi pour les emballages en verre préconisée par la convention citoyenne.

Deux rendez-vous sont inscrits dans la loi antigaspillage pour une économie circulaire promulguée en février 2020 : les industriels devront atteindre 5 % d'emballages réemployés en 2023, tous matériaux compris, et 10 % en 2027. « *Tous ont les échéances en tête* », souligne Sophie Nguyen Buu Cuong. « *Nous ne pouvons pas vraiment dire où nous en sommes sur la trajectoire, mais nous savons que la marche est relativement haute* », confie l'experte. En tout état de cause, la « consigne pour réemploi » va devoir passer d'une phase expérimentale à une phase de déploiement. Et il faudra attendre 2023 pour avoir des précisions, a priori réglementaires, sur les modalités de mise en œuvre, à la lumière des travaux de l'Ademe, considérée comme le bras armé de la transition énergétique française.

Son nouvel Observatoire national du réemploi et de la réutilisation, dont la feuille de route sera validée le 23 novembre, a déjà commencé à plancher sur les questions de logistiques et de conditions de lavage. Christophe Hermelin, directeur marketing de Nicolas (Groupe Castel), est, lui, déjà revenu de la consigne. « *Cela implique un outil logistique complet, un systè-*

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6518093600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

me avec des points de collecte un peu partout et une culture spécifique, qui n'existent pas en France », résume-t-il.

Après avoir déployé le dispositif dans les magasins parisiens sur un Côtes-du-Rhône Bio, le caviste a décidé de tout arrêter. « *Nous avions la chance d'avoir conservé une usine d'embouteillage qui nous permettait d'intégrer dans les règles de l'art tout le cycle, de la logistique au lavage, raconte-t-il. Mais nos clients ne nous ramenaient pas la bouteille* ».

Nicolas a dû remettre l'ouvrage sur le métier. « *C'est l'un de nos gros sujets de discussion avec les vignerons* », ne cache pas Christophe Hermelin. Aujourd'hui, rien n'est exclu. Pas même le retour au vrac. ■

«Nous ne pouvons pas vraiment dire où nous en sommes sur la trajectoire, mais nous savons que la marche est relativement haute. »

SOPHIE NGUYEN BUU CUONG
Responsable développement de solutions pour le réemploi et le vrac chez Citeo

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6518093600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

En Pays de la Loire, Bout à Bout table sur 2 millions de bouteilles réemployées à la fin de l'année. *Photo MosayMay/Shutterstock*

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6518093600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LesEchos

www.lesechos.fr

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**
Audience : **5379664**
Sujet du média : **Economie - Services, Industrie**

20 Octobre 2022
Journalistes :
□□□□□□□**Valérie Landrieu**
Nombre de mots : **846**

Visualiser l'article

La consigne mise sur un changement d'échelle dans les territoires

Portés par les préoccupations environnementales et la hausse des prix des matières premières, les projets visant à développer la consigne pour réemploi des emballages émergent localement. Mais la filière doit passer de la phase expérimentale au déploiement. Un décret est attendu en 2023 pour préciser les modalités de mise en oeuvre.

Bout à Bout table sur 2 millions de bouteilles réemployées à la fin de l'année. (DR)

Après l'urgence écologique , la pénurie de matériaux et les impératifs économiques vont-ils donner un coup d'accélérateur à la consigne et au réemploi des emballages ? Pour l'heure, moins de 10 % des contenants en verre mis en marché, soit l'essentiel des emballages aujourd'hui réemployables en France, sont concernés, selon l'éco-organisme Citeo. Mais viticulteurs et autres producteurs s'y intéressent de plus en plus. A court de ressources, certains d'entre eux se sont récemment tournés vers les adhérents du Réseau Consigne pour trouver des bouteilles, rapporte Alice Abbat, la coordinatrice de cette association qui soutient le développement de tels dispositifs.

Partout sur le territoire, des réseaux et des petites structures, associations ou start-up devenues sociétés coopératives et se réclamant de l'Economie sociale et solidaire, émergent localement autour de la collecte et du lavage de bouteilles, parfois de barquettes en Inox. Comme Alpes Consigne en Isère, Rebooteille dans le Rhône ou Ma bouteille s'appelle reviens en Drôme Ardèche, elles ont commencé à structurer des filières, créant des points de collecte et des boucles de réemploi.

En Pays de la Loire, Bout à Bout, déjà adossé à une PME d'embouteillage de Clisson (Loire-Atlantique) et à des partenaires logistiques régionaux, est même en train de changer d'échelle. L'entreprise, qui table sur 2 millions de bouteilles réemployées à la fin de l'année, veut lever 400.000 euros par le biais de la plateforme citoyenne Lita.co. Objectif : ouvrir l'an prochain un site industriel de lavage de grande capacité, à l'est de Nantes.

La région parisienne n'est pas en reste. « Un réseau consigne se structure à l'échelle francilienne », indique Jérémie Almosni, directeur régional Ile-de-France de l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe). « Nous sommes dans

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

une phase de montée en puissance ; différents modèles économiques se développent en fonction des types de contenants et notre souhait est de renforcer les structures et les acteurs », explique-t-il.

Deux rendez-vous

« Les opérateurs de filière territoriaux vont bientôt être capables de mailler le territoire en stations de lavage et d'accompagner les producteurs dans leur transition », promet Alice Abbat. Des groupes historiques du lavage industriel de caisses et palettes, comme l'ETI perpignanaise Eternity Systems (100 millions d'euros de chiffre d'affaires) prévoit de se développer sur le lavage d'emballages de petite taille, note Sophie Nguyen Buu Cuong, responsable développement de solutions pour le réemploi et le vrac chez Citeo.

Le contexte est relativement favorable même si, au grand dam des ONG environnementales, le législateur n'a pas retenu, dans la loi Climat et Résilience, la généralisation de la consigne pour réemploi pour les emballages en verre préconisée par la convention citoyenne. Deux rendez-vous sont inscrits dans la loi antigaspillage pour une économie circulaire promulguée en février 2020 : les industriels devront atteindre 5 % d'emballages réemployés en 2023, tous matériaux compris, et 10 % en 2027. « Tous ont les échéances en tête », souligne Sophie Nguyen Buu Cuong. « Nous ne pouvons pas vraiment dire où nous en sommes sur la trajectoire, mais nous savons que la marche est relativement haute », confie l'experte.

La marche arrière de Nicolas

En tout état de cause, la « consigne pour réemploi » va devoir passer d'une phase expérimentale à une phase de déploiement. Et il faudra attendre 2023 pour avoir des précisions, a priori réglementaires, sur les modalités de mise en oeuvre, à la lumière des travaux de l'Ademe, considérée comme le bras armé de la transition énergétique française. Son nouvel Observatoire national du réemploi et de la réutilisation, dont la feuille de route sera validée le 23 novembre, a déjà commencé à plancher sur les questions de logistiques et de conditions de lavage.

Christophe Hermelin, directeur marketing de Nicolas (Groupe Castel), est, lui, déjà revenu de la consigne. « Cela implique un outil logistique complet, un système avec des points de collecte un peu partout et une culture spécifique, qui n'existent pas en France », résume-t-il. Après avoir déployé le dispositif dans les magasins parisiens sur un Côtes-du-Rhône Bio, le caviste a décidé de tout arrêter. « Nous avions la chance d'avoir conservé une usine d'embouteillage qui nous permettait d'intégrer dans les règles de l'art tout le cycle, de la logistique au lavage, raconte-t-il. Mais nos clients ne nous ramenaient pas la bouteille ».

Nicolas a dû remettre l'ouvrage sur le métier. « C'est l'un de nos gros sujets de discussion avec les vignerons », ne cache pas Christophe Hermelin. Aujourd'hui, rien n'est exclu. Pas même le retour au vrac.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

FAV

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **124000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **30 septembre 2022 P.2**

Journalistes : **Nicolas FERNAND**

Nombre de mots : **852**

Foires aux vins : « Les bons crus sarthois nous sont demandés »

En ce moment les foires aux vins battent leur plein. Les crus sarthois ont toute leur place.

Le Mans, mardi 20 septembre 2022. Pierre-Marie Gastebois, le responsable du magasin Intercaves Le Mans, propose du vin sarthois toute l'année.

PHOTO : LE MAINE LIBRE-YVON LOUE

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5998773600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Avec le début de l'automne coïncide la période des foires aux vins dans les grandes surfaces. Chez les cavistes, plutôt que foire, on préfère « *fête du vin* » ou « *bonne affaires.* » Question : quelle place tiennent chez ces derniers les productions sarthoises, dont deux bouteilles – un blanc, un rouge – viennent en cette rentrée d'intégrer la prestigieuse carte du Sénat ?

> « il s'agit surtout de permettre des jolies découvertes à des prix intéressants »
> **PIERRE-MARIE GASTEBOIS**
> Gérant d'Intercaves

Chez InterCaves Le Mans, place Washington, « *les bonnes affaires du caviste* » attendent les clients jusqu'au 30 octobre prochain. « *Il ne s'agit pas pour nous de nous battre sur des prix planchers comme peut le faire la grande distribution ou proposer des seconds vins de châteaux* », indique le gérant du magasin Pierre-Marie Gastebois.

Vins sarthois : plutôt pour Noël

« *Ici, il s'agit d'offres et cela colle bien avec l'actualité : beaucoup cherchent à voir diminuer le ticket de caisse. On le sent bien en ce moment.* » Avec cette nuance : « *L'objectif n'est pas forcément le prix très bas mais plutôt le bon rapport qualité/prix.* »

Alors, les vins sarthois dans tout cela ? « *Nous travaillons avec trois vignerons, et bientôt un quatrième. En cette période de bonnes affaires, ils font bien entendu partie de ce qui est proposé mais nous les mettons en avant plutôt pour les fêtes de fin d'année* », précise Pierre-Marie Gastebois.

Les Sarthois aiment en offrir

« *Pour la rentrée et la période des foires, il s'agit surtout de permettre des jolies découvertes à des prix intéressants. Pour Noël, nous montons en gamme et les clients regardent moins à la dépense.* » Or il s'avère que depuis des années, le vin sarthois monte lui aussi en gamme.
Autre période très propice à ces vins locaux : « *Avant les départs en vacances. Les Sarthois qui partent chez des amis n'hésitent pas à emporter quelques bouteilles pour offrir.* »

« Les mettre en concurrence avec ceux d'autres régions »

Durant la période des foires, les vins du sud de notre département sont là même s'il ne s'agit pas du moment phare pour eux. « *À un client qui vient chercher un bon bourgogne pour une vingtaine d'euros, on proposera de goûter un joli Jasnières. Alors cette période est aussi le moment de faire la promotion de notre vin sarthois, et de les mettre en concurrence avec ceux d'autres régions.* » Pierre-Marie Gastebois d'ajouter : « *Les vins sarthois c'est toute l'année et pas qu'en période de foire.* »
Côté prix, chez InterCaves, on trouve un bon Jasnières pour 13 € en premier prix. « *On débute à moins de 10 € pour les Coteaux du Loir* », précise Pierre-Marie Gastebois. « *Pour ces vins sarthois, on peut monter à 45 € sur des belles cuvées en biodynamie.* » Et ces produits locaux sont de plus en plus demandés par les Sarthois mais aussi par ceux qui passent au Mans. Que ce soit en période de foire ou tout au long du reste de l'année.

Nicolas FERNAND

A SAVOIR

« Pas évident de faire des offres »

Les vins sarthois sont bons. Tout le monde est d'accord. Mais ce n'est pas sur eux que l'on mise à la foire pour proposer des prix. « *Nous aimerions faire des offres sur ces vins locaux mais ce n'est pas évident. Les gens se les arrachent et comme les dernières récoltes ont été compliquées, nous ne les avons pas en quantité suffisante* », indique-t-on du côté du Cellier, au Mans.

« Jasnières, rillettes, sablé : trio gagnant »

Rue du Docteur-Leroy au Mans, le caviste Nicolas propose pour cette foire des vins choisis par l'enseigne : les mêmes au Mans que dans les autres magasins un peu partout en France. Néanmoins, le gérant Nicolas Grimaud n'hésite pas à mettre en avant les vins sarthois. « *Durant cette opération spéciale mais plus globalement tout au long de l'année* », dit-il. « *Je parle de nos vins toute l'année et ils intéressent au premier plan les Sarthois comme les touristes. Ils sont même devenus des incontournables dans les idées cadeaux. Le trio gagnant en la matière, c'est d'ailleurs Jasnières, rillettes et Sablé.* » Un succès qui va crescendo. « *Il faut dire que ces vins ont bien évolué. Rien à voir avec ce qu'ils étaient il y a une trentaine d'années* », précise Nicolas Grimaud. « *Les vignerons sarthois ont eu l'intelligence de ne pas s'étendre en surface et de travailler en commun sur des volumes qui restent restreints. Et cette approche a payé : les vins proposés sont de qualité.* »

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5998773600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **15000449**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

30 Septembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **120435**

www.ouest-france.fr

Visualiser l'article

« Les vins sarthois, c'est toute l'année et pas qu'en période de foire »

En ce moment, les foires aux vins battent leur plein. Les crus sarthois ont toute leur place.

Avec le début de l'automne coïncide la période de la foire aux vins dans les grandes surfaces. Chez les cavistes, plutôt que foire, on préfère fête du vin ou bonne affaires. Question : quelle place tiennent chez ces derniers les productions sarthoises ?

Chez InterCaves Le Mans, place Washington, les bonnes affaires du caviste attendent les clients jusqu'au 30 octobre prochain. Il ne s'agit pas pour nous de nous battre sur des prix planchers comme peut le faire la grande distribution ou proposer des seconds vins de châteaux, indique le gérant du magasin Pierre-Marie Gastebois. Ici, il s'agit d'offres et cela colle bien avec l'actualité : beaucoup cherchent à voir diminuer le ticket de caisse. On le sent bien en ce moment. Avec cette nuance : L'objectif n'est pas forcément le prix très bas mais plutôt le bon rapport qualité/prix.

Vins Sarthois : plutôt pour Noël

Alors, les vins sarthois dans tout cela ? **« Nous travaillons avec trois vignerons, et bientôt un quatrième**. **En cette période de bonnes affaires, ils font bien entendu partie de ce qui est proposé mais nous les mettons en avant plutôt pour les fêtes de fin d'année »**, précise Pierre-Marie Gastebois.

Pour la rentrée et la période des foires, il s'agit surtout de permettre des jolies découvertes à des prix intéressants. Pour Noël, nous montons en gamme et les clients regardent moins à la dépense. Or, il s'avère que depuis des années, le vin sarthois monte lui aussi en gamme.

Autre période très propice à ces vins locaux : avant les départs en vacances. Les Sarthois qui partent chez des amis n'hésitent pas à emmener quelques bouteilles pour offrir.

« Les mettre en concurrence avec ceux d'autres régions »

Durant la période des foires, les vins du sud de notre département sont là même s'il ne s'agit pas du moment phare pour eux. À un client qui vient chercher un bon bourgogne pour une vingtaine d'euros, on proposera de goûter un joli Jasnières. Alors cette période est aussi le moment de faire la promotion de notre vin sarthois, et de les mettre en concurrence avec ceux d'autres régions. Pierre-Marie Gastebois d'ajouter : Les vins sarthois c'est toute l'année et pas qu'en période de foire.

Côté prix, chez InterCaves, on trouve un bon Jasnières pour 13 € en premier prix. On débute à moins de 10 € pour les Coteaux du Loir, précise Pierre-Marie Gastebois. Pour ces vins sarthois, on peut monter à 45 € sur des belles cuvées en biodynamie. Et ces produits locaux sont de plus en plus demandés par les Sarthois mais aussi par ceux qui passent au Mans. Que ce soit en période de foire ou tout au long du reste de l'année.

> > > « Jasnières, rillettes, sablé : le trio gagnant »

Rue du Docteur-Leroy au Mans, le caviste Nicolas propose pour cette foire des vins choisis par l'enseigne : les mêmes au Mans que dans les autres magasins un peu partout en France. Néanmoins, le gérant Nicolas Grimaud n'hésite pas à mettre en avant les vins sarthois. Durant cette opération spéciale mais plus globalement tout au long de l'année, dit-il. Je parle de nos vins toute l'année et ils intéressent au premier plan les Sarthois comme les touristes. Ils sont même devenus des incontournables dans les idées cadeaux. Le trio gagnant en la matière, c'est d'ailleurs Jasnières, rillettes et Sablé. Un succès qui va crescendo. Il faut dire que ces vins ont bien évolué. Rien à voir avec ce qu'ils étaient il y a une trentaine d'années,

0z-Y78pRtASotPTODLqTpHCuucXFuD45RVPBPR0_VXXOvrZI_ZGBPYjeaF3SF4npGTD3FDX41ORUWg_A9eGtbCdZbu6fT0ybaviG8I1GxS7YMGRi

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

précise Nicolas Grimaud. Les vignerons sarthois ont eu l'intelligence de ne pas s'étendre en surface et de travailler en commun sur des volumes qui restent restreints. Et cette approche a payé : les vins proposés sont de qualité.

> > > « Pas évident de faire des offres »

Les vins sarthois sont bons. Tout le monde est d'accord. Mais ce n'est pas sur eux que l'on mise à la foire pour proposer des prix. Nous aimerions faire des offres sur ces vins locaux mais ce n'est pas évident. Les gens se les arrachent et comme les dernières récoltes ont été compliquées, nous ne les avons pas en quantité suffisante, indique-t-on du côté du Cellier, au Mans.

Le Mans, mardi 20 septembre 2022. Pierre-Marie Gastebois, le responsable du magasin Intercaves Le Mans, propose du vin sarthois toute l'année. Avec succès.

Le Maine Libre-Yvon LOUE

0z-Y78pRtASotPTODLqTpHCuucXFuD45RVPBPR0_VXXOvrZI_ZGBPYjeaF3SF4npGTD3FDX41ORUWg_A9eGtbCdZbu6fT0ybaviG8l1GxS7YMGRi

CASTELNICOLAS2 - CISION 367171252
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LE FIGARO

Famille du média : **PQN**
(Quotidiens nationaux)

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **1706000**

Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **05 octobre 2022 P.5-7**

Journalistes : **VALÉRIE FAUST**

Nombre de mots : **1041**

VIN

LES DESSOUS DES SÉLECTIONS

Ils sont œnologues, sommeliers... La grande distribution, les cavistes et les sites en ligne comptent sur eux pour choisir les bouteilles des foires d'automne. Explications.

VALÉRIE FAUST

Bien sûr, le goût et la qualité restent déterminants dans le choix des vins. Mais un certain prix à ne pas dépasser demeure essentiel, car les grandes surfaces exigent de gros volumes permettant de couvrir tout le territoire. Le tri est également effectué en fonction des fournisseurs historiques (valeurs sûres) et des nouveautés qui se sont bien goûtées. Les sélections tiennent compte des attentes des consommateurs (vins médaillés, de proximité, bio, matures ou vifs et légers...), mais aussi de l'analyse des résultats de l'édition précédente qui évalue les vins qui se sont les mieux vendus.

La sélection nationale, un tronc commun à toutes les grandes enseignes

Les enseignes de la grande distribution divisent la France en plusieurs régions viticoles. Chacune d'elles possède ses responsables de la filière vins. *« La sélection nationale est élaborée par une équipe de huit adhérents passionnés et d'experts en vins du Galec* (Groupement d'achats des centres E.Leclerc, NDLR), prévient Cyril Mondon, adhérent et chef de groupe vin chez E.Leclerc. *Ils suivent un processus méticuleux de sélection pour dénicher les meilleures bouteilles qui seront proposées dans tous les centres E.Leclerc de France. »* Vers le mois de novembre, les équipes vins envoient un appel d'offres et reçoivent en retour des milliers d'échantillons. *« Elles se réunissent plusieurs fois de janvier à mars et dégustent à l'aveugle environ 2000 vins présélectionnés »*, poursuit Cyril Mondon. Seules 250 références ont été retenues pour la Foire aux vins nationale 2022.

Magasins U et Intermarché procèdent de la même manière qu'E.Leclerc : leurs spécialistes dégustent et sélectionnent les vins en binôme avec les acheteurs de la coopérative.

« Les acheteurs passent 40 % à 50 % de leur temps dans le vignoble français. Ils vont à la rencontre des vignerons et de leur savoir-faire, recherchent pépites et nouveautés pour le plaisir de nos clients, assure Olivier Merlevède, chef de groupe cave Auchan Retail. *Nous conservons en moyenne 10 % à 15 % de la sélection après dégustation, sachant qu'une journée de tri pour un acheteur, c'est 150 à 200 vins dégustés. »*

De leur côté, les équipes de Carrefour menées par Jérôme Peter et David Gonçalves Pires, responsables marketing vins et dégustateurs chevronnés, ont goûté près de 4000 vins pour élire 1900 références destinées à l'ensemble des enseignes (1050 rien que pour les hypers).

La sélection régionale, une ode aux vignerons de proximité

Aux sélections nationales peuvent s'ajouter des sélections régionales (E.Leclerc, Auchan, Magasins U, Intermarché), qui s'autorisent quelques libertés : volumes moindres, vins de niche, petits trésors locaux.

« Auchan travaille autour de deux gammes. L'une nationale et l'autre par bassin de consommation, avec ses experts pour les différents territoires », renchérit Olivier Merlevède. *« Chapeautée par l'expert vin responsable de la région, la dégustation à l'aveugle de 2000 cuvées supplémentaires intervient dans chacune des 16 coopératives régionales*, continue Cyril Mondon. *Elles suivent un processus similaire à celle menée au niveau national. »* Cette offre locale va dans le sens des consommateurs, qui souhaitent de plus en plus acheter des vins produits près de chez eux.

Carrefour l'a bien compris, puisque désormais tous ses hypermarchés, dans la Loire notamment, ont diminué le choix important de vins de Bordeaux proposés habituellement pour privilégier les vins ligériens.

Sélections particulières

E.Leclerc s'offre le luxe d'un troisième type de sélection. Aux côtés du jury d'experts et de passionnés, Andreas Larrson, meilleur sommelier du monde, déguste et distingue les Incroyables E.Leclerc. *« Des vins issus de toutes les régions viticoles françaises, dignes des grands noms de leur appellation mais à des prix très accessibles et conformes aux attentes des clients »*, ajoute Cyril Mondon. Les 57 Incroyables E.Leclerc retenus sont disponibles sur toute la France.

Deuxième distributeur du marché bio derrière Biocoop (60 vins conservés sur les 1000 dégustés pour la foire aux vins), Naturalia procède un peu différemment. *« Notre foire aux vins comporte 16 nouveautés et 14 références issues de notre fond de rayon sur lesquelles nous*

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4671083600508

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

appliquons une remise, précise Gaëlle Renault, responsable catégorie vins Naturalia. Avec une œnologue partenaire et un amateur de vin représentatif de l'enseigne, elle a participé à la sélection des 30 vins choisis sur les 80 références dégustées.

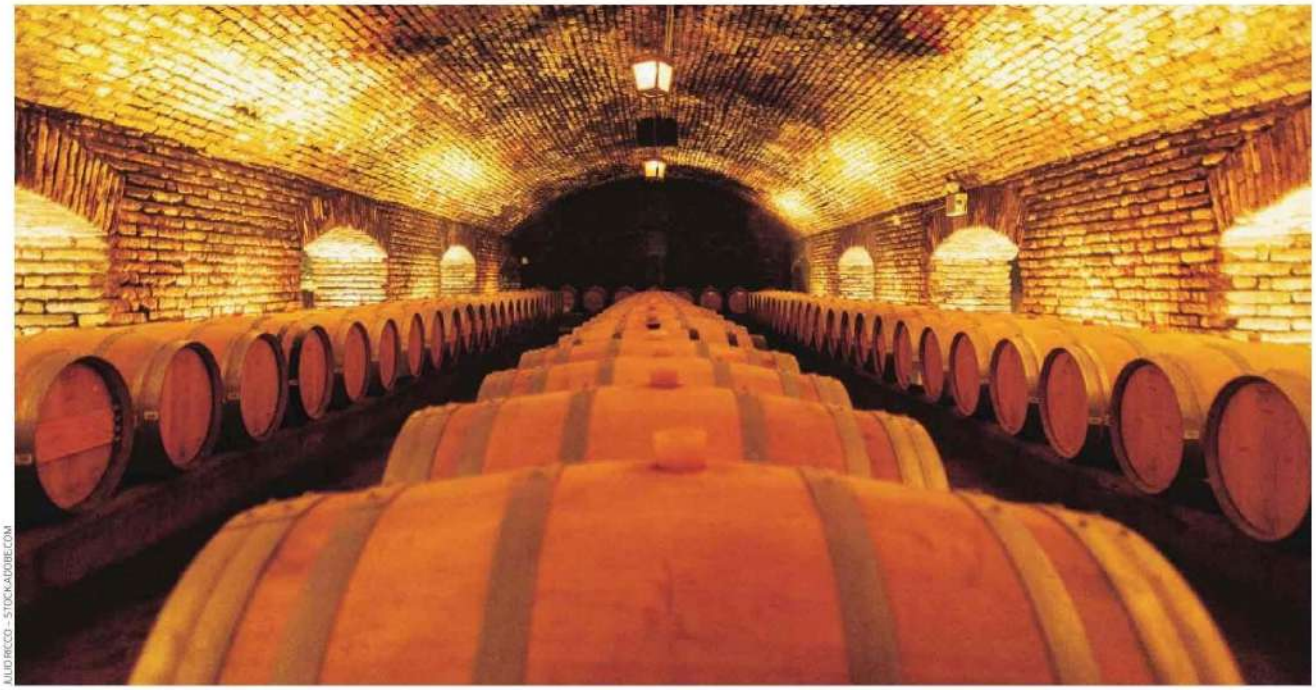
Cavistes et sites web dégustent toute l'année

Sans mettre de côté les vignerons historiques, les cavistes opèrent généralement de deux façons différentes. Soit en allant puiser dans leur gamme permanente, à laquelle ils ajoutent des nouveautés dégustées dans l'année (Grande Épicerie de Paris, Lavinia, Cave du Château). Soit en œuvrant spécifiquement pour la foire aux vins (Nysa, Nicolas). Chez Chateaunet Malakoff, ce sont les vendeurs-sommeliers qui procèdent à la sélection en phase avec les remontées des clients et selon leurs coups de cœur du moment (marques iconiques et nouveautés). Ainsi pour les vins transalpins. *« En contact direct avec les producteurs, les experts produits basés à Turin, où se trouve le siège des achats de la marque, sélectionnent les références des foires aux vins »*, argue Caroline Daneu, directrice du marché d'Eataly Paris Marais. Elles sont ensuite filtrées par les sommeliers de la cave. D'une part, en fonction des meilleures ventes afin d'adapter l'offre à la clientèle parisienne. D'autre part, pour faire découvrir au public français des appellations différentes du Chianti et du Prosecco.

Les sites de vente de vins en ligne agissent pour la plupart comme les cavistes. Leurs experts goûtent des crus tout au long de l'année et en choisissent certains pour les foires aux vins. Ainsi Millésime, Les Passionnés du Vin, Vinatis ou Twil. *« Nous dégustons des vins toutes les semaines et nous nous rendons sur les salons professionnels pour en découvrir d'autres »*, précise Erwan de Barry, fondateur du site twil.fr. L'équipe se base sur le résultat de ces dégustations et retient environ 15 % des références. *« Nous définissons chaque année un portrait-robot de la sélection idéale et, en parallèle, l'équipe commerciale établit un fichier appelé "whishlist" avec tous ses coups de cœur. Nos foires aux vins en sont le reflet. »* ■

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4671083600508

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4671083600508

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LE FIGARO.fr vin

avis-vin.lefigaro.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **162800**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

10 Octobre 2022
Journalistes : **Valérie Faust**
Nombre de mots : **7020**

Visualiser l'article

Foire aux vins : les dessous des sélections

Ils sont oenologues, sommeliers... La grande distribution, les cavistes et les sites en ligne comptent sur eux pour choisir les bouteilles des foires d'automne. Explications.

Comment les sélections des foires aux vins sont-elles effectuées ? Adobe Stock

Bien sûr, le goût et la qualité restent déterminants dans le choix des vins. Mais un certain prix à ne pas dépasser demeure essentiel, car les grandes surfaces exigent de gros volumes permettant de couvrir tout le territoire. Le tri est également effectué en fonction des fournisseurs historiques (valeurs sûres) et des nouveautés qui se sont bien goûtées. Les sélections tiennent compte des attentes des consommateurs (vins médaillés, de proximité, bio, matures ou vifs et légers...), mais aussi de l'analyse des résultats de l'édition précédente qui évalue les vins qui se sont les mieux vendus.

La sélection nationale, un tronc commun à toutes les grandes enseignes

Les enseignes de la grande distribution divisent la France en plusieurs régions viticoles. Chacune d'elles possède ses responsables de la filière vins. *« La sélection nationale est élaborée par une équipe de huit adhérents passionnés et d'experts en vins du Galec (Groupement d'achats des centres E.Leclerc, NDLR), prévient Cyril Mondon, adhérent et chef de groupe vin chez E.Leclerc. Ils suivent un processus méticuleux de sélection pour dénicher les meilleures bouteilles qui seront proposées dans tous les centres E.Leclerc de France. »*

Vers le mois de novembre, les équipes vins envoient un appel d'offres et reçoivent en retour des milliers d'échantillons. *« Elles se réunissent plusieurs fois de janvier à mars et dégustent à l'aveugle environ 2 000 vins présélectionnés »* , poursuit Cyril Mondon. Seules 250 références ont été retenues pour la Foire aux vins nationale 2022.

Magasins U et Intermarché procèdent de la même manière qu' E.Leclerc : leurs spécialistes dégustent et sélectionnent les vins en binôme avec les acheteurs de la coopérative.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

« Les acheteurs passent 40 % à 50 % de leur temps dans le vignoble français. Ils vont à la rencontre des vignerons et de leur savoir-faire, recherchent pépites et nouveautés pour le plaisir de nos clients, assure Olivier Merlevède, chef de groupe cave Auchan Retail. Nous conservons en moyenne 10 % à 15 % de la sélection après dégustation, sachant qu'une journée de tri pour un acheteur, c'est 150 à 200 vins dégustés. »

De leur côté, les équipes de Carrefour menées par Jérôme Peter et David Gonçalves Pires, responsables marketing vins et dégustateurs chevronnés, ont goûté près de 4 000 vins pour élire 1 900 références destinées à l'ensemble des enseignes (1 050 rien que pour les hypers).

La sélection régionale, une ode aux vignerons de proximité

Aux sélections nationales peuvent s'ajouter des sélections régionales (E.Leclerc, Auchan, Magasins U, Intermarché), qui s'autorisent quelques libertés : volumes moindres, vins de niche, petits trésors locaux.

« Auchan travaille autour de deux gammes. L'une nationale et l'autre par bassin de consommation, avec ses experts pour les différents territoires » , renchérit Olivier Merlevède. *« Chapeautée par l'expert vin responsable de la région, la dégustation à l'aveugle de 2 000 cuvées supplémentaires intervient dans chacune des 16 coopératives régionales, continue Cyril Mondon. Elles suivent un processus similaire à celle menée au niveau national. »* Cette offre locale va dans le sens des consommateurs, qui souhaitent de plus en plus acheter des vins produits près de chez eux.

Carrefour l'a bien compris, puisque désormais tous ses hypermarchés, dans la Loire notamment, ont diminué le choix important de vins de Bordeaux proposés habituellement pour privilégier les vins ligériens.

Adobe Stock

Sélections particulières

E.Leclerc s'offre le luxe d'un troisième type de sélection. Aux côtés du jury d'experts et de passionnés, Andreas Larrson,

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

meilleur sommelier du monde, déguste et distingue les Incroyables E.Leclerc. *« Des vins issus de toutes les régions viticoles françaises, dignes des grands noms de leur appellation mais à des prix très accessibles et conformes aux attentes des clients »* , ajoute Cyril Mondon. Les 57 Incroyables E.Leclerc retenus sont disponibles sur toute la France.

Deuxième distributeur du marché bio derrière Biocoop (60 vins conservés sur les 1 000 dégustés pour la foire aux vins), Naturalia procède un peu différemment. *« Notre foire aux vins comporte 16 nouveautés et 14 références issues de notre fond de rayon sur lesquelles nous appliquons une remise »* , précise Gaëlle Renault, responsable catégorie vins Naturalia . Avec une oenologue partenaire et un amateur de vin représentatif de l'enseigne, elle a participé à la sélection des 30 vins choisis sur les 80 références dégustées.

Cavistes et sites web dégustent toute l'année

Sans mettre de côté les vignerons historiques, les cavistes opèrent généralement de deux façons différentes. Soit en allant puiser dans leur gamme permanente, à laquelle ils ajoutent des nouveautés dégustées dans l'année (Grande Épicerie de Paris , Lavinia , Cave du Château). Soit en oeuvrant spécifiquement pour la foire aux vins (Nysa , Nicolas). Chez Chateaunet Malakoff , ce sont les vendeurs-sommeliers qui procèdent à la sélection en phase avec les remontées des clients et selon leurs coups de coeur du moment (marques iconiques et nouveautés). Ainsi pour les vins transalpins. *«En contact direct avec les producteurs, les experts produits basés à Turin, où se trouve le siège des achats de la marque, sélectionnent les références des foires aux vins »* , argue Caroline Daneu, directrice du marché d' Eataly Paris Marais . Elles sont ensuite filtrées par les sommeliers de la cave. D'une part, en fonction des meilleures ventes afin d'adapter l'offre à la clientèle parisienne. D'autre part, pour faire découvrir au public français des appellations différentes du Chianti et du Prosecco.

Les sites de vente de vins en ligne agissent pour la plupart comme les cavistes. Leurs experts goûtent des crus tout au long de l'année et en choisissent certains pour les foires aux vins. Ainsi Millésime , Les Passionnés du Vin , Vinatis ou Twil . *« Nous dégustons des vins toutes les semaines et nous nous rendons sur les salons professionnels pour en découvrir d'autres »* , précise Erwan de Barry, fondateur du site twil.fr. L'équipe se base sur le résultat de ces dégustations et retient environ 15 % des références. *« Nous définissons chaque année un portrait-robot de la sélection idéale et, en parallèle, l'équipe commerciale établit un fichier appelé " whishlist avec tous ses coups de coeur. Nos foires aux vins en sont le reflet. »*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

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

PRODUITS

Web FRA

V&S NEWS

www.vsnews.fr

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **1107**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

13 Octobre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **9208**

Visualiser l'article

Le vin en canette s'est-il vendu cet été ?

Lors du dernier salon Wine Paris - Vinexpo Paris, de très nombreux opérateurs ont présenté une offre de vin en canette. Six mois après, et surtout l'été passé, V&S news a interrogé metteurs en marché, enseignes de grande distribution et chaînes de cavistes afin de dévoiler en exclusivité les résultats commerciaux de ce nouveau segment sur le marché français.

« *Nous ne sommes pas concernés* », lance franchement Samuel Buteau, directeur réseau de **Cavavin** . Certes, le vin en canette y a bien été testé, mais « *on n'a pas senti de véritable demande du marché* , regrette notre interlocuteur. *Il s'agit d'un mode de consommation plutôt anglo-saxon qui concerne avant tout la bière ou les hard seltzers* . » À cela s'ajoute, selon Samuel Buteau, « *un problème éthique* » : l'obligation de passer par un intermédiaire, le metteur en canette, entre le producteur et le distributeur, alourdit le bilan carbone du processus. Bref, le vin en canette, même si le contenant est recyclable, ce n'est pas très écolo et le public n'en veut pas !

Chez **Nicolas** , une canette de rosé du domaine provençal Mirabeau, proposée à 3,50 €, a été testée l'été dernier sur l'ensemble du réseau. Le constat est sans appel : « *Nous avons décidé d'arrêter* , tranche Christopher Hermelin, responsable

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

marketing et communication de l'enseigne. *Nous avions mobilisé le réseau, avec un produit de bonne qualité, mais force est de constater que le marché ne répond pas, on ne sent pas d'empathie.* » Bref, pour Christopher Hermelin, le vin en canette n'est pas un produit caviste, « *mais plutôt destiné à la GD* ». Ce professionnel ne croit pas non plus à un supposé engouement de la clientèle plus jeune pour ce contenant. « *La capsule à vis, c'est déjà compliqué, même pour les jeunes, alors la canette... Il est clair que l'emballage dessert le produit, assimilé dans l'inconscient collectif à des produits peu qualitatifs* », estime Christopher Hermelin.

Même constat pour **V&B** , qui cible pourtant une clientèle plutôt jeune, non formatée par l'image du « vin de papa » et *a priori* ouverte aux nouveautés. À l'occasion de la fête des Pères 2021, le réseau a lancé un coffret de trois canettes contenant un blanc sec, un rouge et un rosé, un QR code permettant, par exemple, d'obtenir de façon ludique des informations sur le vigneron, sur le vin lui-même... Le tout pour 9,90 €. « *Cela n'a pas vraiment marché* , reconnaît Arnaud Sissac, directeur des opérations. *Je pense que quand on se rend chez un caviste, c'est pour consommer à la maison ou faire un cadeau. Or, la canette est un mode de consommation nomade qui ne correspond pas à la demande de notre clientèle.* » Même les millenials, semble-t-il, n'associent pas la consommation de vin à ce format-là, plutôt destiné, selon Arnaud Sissac, aux *food trucks* , au *snacking* et à la GD. « *Si nous devions tenter à nouveau l'expérience, ce serait très saisonnier, plutôt en été avec un rosé* », conclut-il. Mais ce n'est pas inscrit à l'ordre du jour du réseau V&B.

« *Le vin en canette, j'y réfléchis depuis des années* », avoue Paolo Bouca Nova, directeur commercial et achats de la chaîne francilienne **Le Repaire de Bacchus.** L'expérience a donc été tentée l'été dernier, avec un certain succès pour une première. Le rosé bio Solis Lumen, élaboré par le Domaine Montrose en Languedoc, a trouvé son public dans certains quartiers de Paris et en Île-de-France, plutôt caractérisés par la présence de parcs et espaces où boire l'apéritif, pique-niquer, faire la fête ou assister à un festival de musique... « *C'est un contenant propice à l'apéro, au pique-nique, on ne l'achète pas pour boire chez soi* », souligne Paolo Bouca Nova, qui reconnaît cependant que la demande émanait plutôt d'une clientèle de touristes étrangers. « *Le Français, toujours un peu romantique, reste réticent face à un contenant pas encore considéré comme très noble. Cela n'évoluera pas très vite, mais pour nous, les résultats sont encourageants.* » La canette était mise en avant à 4,70 € dans un panier proche de la caisse et, bien sûr, disponible aussi en version fraîche. Un Bag-in-Box de 3 litres du même vin se trouvait à proximité de la canette, « *deux formats qui correspondent aux mêmes moments de consommation* », rappelle Paolo Bouca Nova. Bref, « *on y est allé sur la pointe des pieds* », mais le résultat s'avère concluant. Au point que, même si rien n'est encore décidé, il est envisagé pour l'été prochain une offre de trois vins frais, deux rosés et un blanc ou deux blancs et un rosé. « *Il faut avoir une gamme pour rassurer, et pas de rouge car le vin en canette restera un produit saisonnier.* »

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Les enseignes de GMS boudent le vin en canette

Présentes de longue date dans les rayons des *softs* et des bières, les canettes ne semblent pas séduire les amateurs de vin en grande distribution, en tout cas pas pour l'instant. Testée à petite échelle par plusieurs enseignes, cette offre n'a pas du tout fonctionné. Supermarché Match n'en propose pas dans ses gammes de vin, pas plus que Monoprix, ni Auchan qui avait pourtant testé le format lors de ses foires aux vins d'automne en 2021. Intermarché a tenté l'expérience en mai dernier avec 300 canettes proposées au plan national et n'en avait vendu que 30% en juin. « *Il n'y a pas de demande et, du coup, on arrête. Il y a déjà une forte tension sur les approvisionnements en canettes pour les* softs *et les bières qui ont adopté ce conditionnement depuis de longues années, alors il y a peu de chance que le vin s'y mette* », conclut Stéphane Friez, adhérent à Castres (81) et responsable de la catégorie vins d'Intermarché.

par François Lecocq

Des metteurs en marché optimiste s

■ **Frédéric Schaeffer, directeur général des Maîtres Vignerons de la presqu'île de Saint-Tropez**

Lancée en février 2022 sous la marque Nomad 83, l'offre d'IGP méditerranée rosé en canette de 25 cl a rencontré un écho favorable. « *Sur les 70 000 canettes produites, nous en avons vendu les deux tiers à fin août, sachant que la saison estivale n'est pas terminée et que nous avons commencé à proposer ce produit aux stations de sports d'hiver. Au vu de la diversité de nos clients actuels pour ce produit, des grossistes, des cavistes et de la vente directe, je pense que la GMS devrait être intéressée également, même si nous ne lui avons pas encore proposé. C'est d'ailleurs étonnant de voir la plasticité de cette offre, avec des magasins de proximité qui la proposent à 2,90 € et un établissement branché et de luxe sur les bords du lac d'Annecy qui en a vendu plus de 1 000 à 12 € pièce ! Nous avons commencé à étudier les ventes directes au caveau et sur notre site, et je peux d'ores et déjà dire que la clientèle ciblée, les jeunes, s'avère beaucoup plus large en termes de tranche d'âge. De même, nous avons constaté qu'elle engendrait des achats, mais aussi des " réachats complémentaires aux autres formats. C'est un marché balbutiant, mais un marché réel.* »

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

■ **Mickaël Alborghetti, fondateur de Ethic Drinks**

« *À 19 € le pack de 4 canettes de sauvignon de Touraine bio " Tchin'on, nous avons testé le segment premium du marché, donc plutôt chez les cavistes qu'en GMS. Les débuts sont prometteurs et nous allons poursuivre en 2023, mais probablement avec du vin de France rosé .* »

■ **James Fuselier, directeur marketing et communication du Cellier des Dauphins**

« *Le lancement d'une offre d'IGP méditerranée en canette de 25 cl s'est inscrit dans un projet global de séduction d'une cible de consommateurs moins acquis au vin, les 20-45 ans, au travers d'une gamme de bi-cépages, certifiés HVE, déclinés en trois couleurs et en trois formats (BIB de 3 l, bouteille de 75 cl et boîte de 25 cl). La boîte de 25 cl n'est pas présente dans les mêmes circuits de distribution que les autres contenants plus faciles à référencer, ce qui rend difficile les comparaisons entre les formats. Néanmoins, deux points méritent d'être soulignés. Premièrement, les ventes se sont établies à parité entre la grande distribution et les fournisseurs de supérettes, qu'il s'agisse de grossistes urbains ou de* cash & carry *. Deuxièmement, les commandes qui au départ privilégiaient la couleur rouge identitaire de la marque Cellier des Dauphins, se sont progressivement réorientées vers le blanc et le rosé, ce qui est logique vu les usages et les occasions de consommation ciblés par cette offre.*

Au final, avec près de 100 000 unités commercialisées en un an, la boîte n'est ni un top, ni un flop, c'est un ruisseau voué à grossir d'ici 5 à 10 ans, à l'instar peut-être de ce qu'a réussi le BIB. Elle possède pour cela ses atouts de recyclabilité, d'adaptabilité à des consommations individuelle ou/et versatile, et surtout de poids ce qui, à l'export, pourrait devenir un atout majeur . »

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **95992**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

27 Octobre 2022
Journalistes : **Olivier Bazalge**
Nombre de mots : **519**

www.vitisphere.com

Visualiser l'article

Sélection "engagée" Le caviste Nicolas tente la pédagogie dans la jungle des labels de vins

L'enseigne de cavistes aux 500 points de vente en France promeut des vins 'engagés ': à la fois labellisés et accessibles. Ce créneau fait l'objet d'une demande croissante de la part de sa clientèle.

Façade de la cave de Corbeil Essonne - crédit photo : Nicolas

La chaîne de cavistes Nicolas réitère son engagement. *« Depuis plusieurs années, nous proposons cette opération liés à des vins engagés, c'est-à-dire à prix engagé, inférieur à 10 €, et disposant d'un label en rapport avec le respect de l'environnement ou le développement durable »* , indique Christopher Hermelin, responsable marketing et communication de l'enseigne de cavistes Nicolas.

Jusqu'au 1er novembre, les 506 points de vente de l'enseigne en France (395 autres à l'étranger) proposent une sélection de 8 vins qualifiés d' 'engagés', donc labellisés AB, Terra Vitis, HVE ou Vignerons engagés vendus à prix contenu, *« alors que l'inflation contraint les français dans leur consommation au quotidien »* , défend Christopher Hermelin.

30 % de labels

Si la labellisation bio constitue aujourd'hui une valeur repère pour le consommateur dans le monde des certifications environnementales, l'enseigne de cavistes invite le consommateur à découvrir les différents labels auxquels peuvent prétendre les vins produits en France. *« Nous accompagnons cette proposition de vins par un livret explicatif des labels à l'intention de notre clientèle. Il y a un important travail de pédagogie à mener car beaucoup pensent qu'il n'y a pas d'utilisation de pesticides pour les vins bios. Nous ne sommes pas là pour trancher entre bonnes ou mauvaises pratiques mais pour jouer*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

notre rôle de conseil et d'information sur ces pratiques » , poursuit Christopher Hermelin.

30% de l'offre de vins proposée par le réseau Nicolas est porteuse d'un de ces labels, un créneau que Christopher Hermelin qualifie de *« tendance lourde dans la dynamique des ventes, même si nous voulons laisser également toute la place à une grande part des producteurs qui est engagée dans des pratiques vertueuses sans nécessairement franchir le pas de la labellisation »* .

Click and collect

Appartenant au groupe Castel depuis 1988, l'enseigne Nicolas estime représenter 10 % de l'offre vins portée par les cavistes en France. Depuis début septembre, elle a instauré une solution de click and collect, pour répondre à l'appétence des consommateurs pour la vente en ligne. *« Celle-ci génère aujourd'hui 1,5 % de notre chiffre d'affaires, mais la solution de click and collect vient en complément de notre offre. Seuls 1 % des visiteurs de notre site achètent par ce biais, car il sert surtout de support d'information pour les clients qui se déplacent en boutique »* , poursuit Christopher Hermelin. Alors que le groupe Castel s'est porté acquéreur du site de vente de vins en ligne vinatis.com (soumis à validation par l'autorité de la concurrence d'ici fin 2022) , l'enseigne Nicolas n'a pas vocation à se diriger sur le terrain de la vente en ligne.Nicolas promeut une sélection de vins 'engagés'Nicolas promeut une sélection de vins 'engagés'

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

DÉCISION boissons
L'hebdomadaire des décideurs du monde des liquides

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Agroalimentaire-Agriculture
Economie-Services

Edition : **07 octobre 2022 P.5-6**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **171**

produit

Deux nouvelles expressions de Jack Daniel's

Le whiskey Jack Daniel's a conçu deux nouvelles références qui viennent compléter sa gamme permanente. Il s'agit de Bonded et Triple Mash. Les deux whiskeys, recommandés principalement en cocktail, sont commercialisés dans le réseau bars et cavistes, Jack Daniel's Bonded étant déjà disponible en exclusivité dans le réseau Nicolas depuis le printemps. Bonded est issu d'un jus placé dans des fûts préalablement entaillés. Le whiskey est ainsi exposé à plus d'interactions avec le bois, ce qui lui confère un caractère plus intense, riche et boisé. Triple Mash est élaboré, quant à lui, grâce à un assemblage de Tennessee Whiskey, de Rye Whiskey (élaboré principalement à base de seigle) et de Single Malt Whiskey. Jack Daniel's Bonded (50° vol., 70 cl) est au prix de vente conseillé de 42,90 €. Jack Daniel's Triple Mash (50° vol., 70 cl) est proposé au prix de vente conseillé de 44,90 €. Les deux références sont distribuées dans les réseaux cavistes et CHR.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 2009383600508

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

MA MAISON (EDITION TOULOUSE)

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Bimestrielle**

Audience : **95391**

Sujet du média : **Maison-Décoration**

Edition : **Septembre - octobre 2022 P.18**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **91**

nouveau

Un Grain d'Amour

Chaque année, la bouteille du fameux rosé des vignerons du Brulhois revêt un nouveau design qui surprend. Sa collaboration avec la marque de papeterie toulousaine Quartier Libre Papier se renouvelle cette année pour la création de sa bouteille collector. Un univers peint à la main, autour de la plume et de la légèreté, laisse place à un résultat à la fois estival, épuré et délicat, à l'image de la composition de ce vin savoureux.

Chez **Nicolas** (Colomiers, Tournefeuille, Labège, Toulouse...), **au V and B** (Labège, Toulouse...), etc.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 2002483600508

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

GLOSE

glose.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **12456**
Sujet du média : **Lifestyle**

13 Octobre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **2730**

Visualiser l'article

The Grand Blogger Dinner, Paris 2022

J'ai été invitée à la première édition française de l'événement culinaire : the Grand Blogger Dinner...

Après le succès de l'événement dans d'autres villes européennes telles que Londres, Amsterdam, Milan, Berlin, Vienne et Bruxelles, **The Grand Blogger Dinner a enfin posé ses couverts dans la capitale française en 2022 !** *(la Covid est passée par là...)*

Au cours de l'événement, cinq différentes marques de Food françaises étaient présentes. L' hôtel Marriott Champs Elysées a accueilli cet événement.

The Grand blogger Dinner

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le challenge était de cuisiner leur produits « populaires » pour un grand dîner coloré et magique de 5 plats. L'idée était de les déguster dans une création inédite, unique et plutôt inattendue.

Chaque plat était accompagné d'un vin différent sélectionné par les Vins Nicolas.

Le tout dressé sur deux grandes tables décorées avec élégance : fleurs, bougies, lumière tamisée, nappe blanche et en cadeau de bienvenue un petit coffret de couverts Sambonet. Un écrin de luxe propre à l'hôtel.

Arrivée à la soirée, nous avons été accueillis en musique par un violoncelliste. Une coupe de champagne de bienvenue nous a été servie. S'en est suivi la visite de deux suites de l'hôtel, récemment rénovées. Puis les choses sérieuses ont commencé. Si j'ai été agréablement surprise par le détournement du sablé breton en entrée, j'ai surtout été séduite par les deux desserts proposés par le chef Valentin Langlais...

Informations

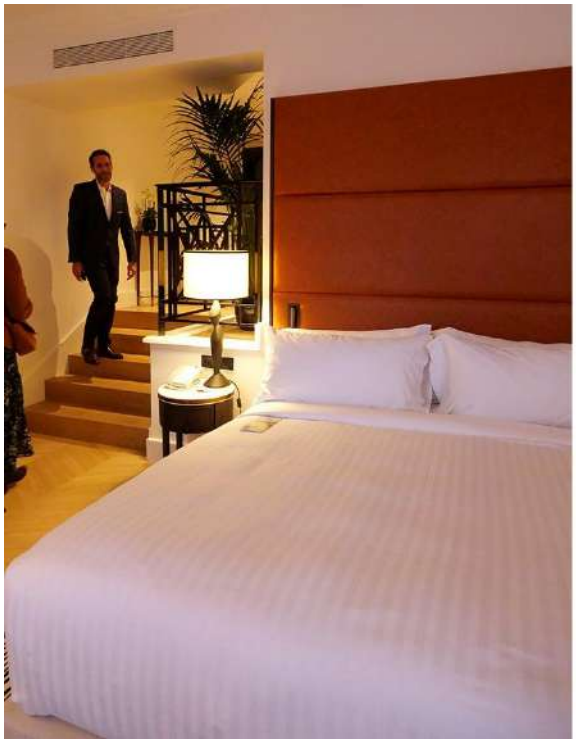
Adresse : *Marriott Champs Elysees Hotel 70 Avenue des Champs-Elysees, Paris.*

Site : *The grand blogger dinner*

CASTELNICOLAS2 - CISION 367475812

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

L'hôtel Marriott Champs Elysées



Visite d'une suite de l'hôtel...

CASTELNICOLAS2 - CISION 367475812

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

CASTELNICOLAS2 - CISION 367475812

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Les marques présentes : Paysan Breton, Hari & co, St Dalfour, Sacla, miel de l'hôtel Marriott...

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

CASTELNICOLAS2 - CISION 367475812

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sablé breton salé, tarama, avocat et kiwi, paysan breton

Salade de quinoa

CASTELNICOLAS2 - CISION 367475812

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Filet de rouget Barbet, salade de fenouil, St Dalfour marmelade orange

CASTELNICOLAS2 - CISION 367475812

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Pomme compressée au cassis, pomme rôtie, confit de citron, gavotte et cuir de cassis

Retour de Sicile, figue rôtie, chiboust, jus de cuisson, huile de feuille de figuier

CASTELNICOLAS2 - CISION 367475812

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Coup de coeur pour ce Banyuls Rimage, un rouge doux, parfait pour accompagner un dessert

(C) Photo de une : Kader Duygun

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web CHE

Famille du média : **Médias étrangers**
Audience : **912633**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

19 Octobre 2022
Journalistes : **Olivier Bot**
Nombre de mots : **1167**

www.tdg.ch

Visualiser l'article

Passionnés de vins: notre sélection du mois

Genevois, angevin, rhône-alpin, roussillonnais, en canette ou en bouteille, le vin dans toutes ses couleurs par les chroniqueurs de la newsletter gastronomique de la «Tribune de Genève».

Nous avons dégusté pour vous quelques dives bouteilles disponibles à la vente à Genève et sur internet. De quoi vous inspirer de belles lampées bachiques. Ce mois, nous sommes aussi allés visiter la nouvelle vitrine des viticulteurs genevois, rencontré un producteur qui culture le cépage du porto sur les terres genevoises et testé le vin en canette qui fait son apparition dans les supermarchés. Bonne dégustation!

Sur un chenin d'Anjou. Sur la terrasse du Café du Levant à Aire-la-Ville, la soirée fut illuminée par un somptueux Savennières, vin blanc de la Loire, la région d'origine de Stéphane Taffonneau, chef et patron de cette aimable auberge de campagne.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Cette appellation réunit les plus belles expressions du chenin, un très ancien cépage de l'Anjou dont les premières traces datent de l'an 845! Son acidité naturelle lui offre une capacité de vieillissement spectaculaire.

Plongeons le nez dans ce verre de Savennières La Bigottière 2016 du Domaine Richou. Il est issu d'une parcelle formée de schiste gréseux vert, parfois à passages pourprés, souvent à bancs de phtanites avec des sables éoliens sur la partie basse. L'élevage est assuré sur lies fines pendant dix mois.

Sous une robe or pâle, ce cru dégage des arômes expressifs et complexes où se mêlent des notes fruitées (citron vert, ananas), iodées et de pierre à fusil. Sa bouche d'une belle souplesse se révèle droite, acidulée, minérale. Elle offre une immense persistance et une finale très fraîche et vive.

AGI

Savennières La Bigottière 2016, Domaine Richou, «Chauvigné», Route de Denée, 49 610 Mozé-sur-Louet (Maine-et-Loire). Café du Levant, 53 rue du Vieux-Four, 1288 Aire-la-Ville. Tél. 022 757 71 50.

Suave Crozes-Hermitage . Partons dans la Drôme, le temps d'une bouteille. Ce Crozes-Hermitage 2019 de Laurent Habrard déniché chez un caviste en chaîne est la bonne pioche de la semaine, bio et sans sulfites ajoutés.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367595597

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le bouchon, déjà, offre une surprise avec un message du producteur invitant à ne négliger ni la température ni l'aération. Après avoir suivi les consignes, la Syrah dévoile sa robe grenat soutenue, des arômes de muscade et de fruits noirs. En bouche, le sous-bois rencontre la réglisse et la cerise noire. C'est rond, jusqu'à ce qu'une acidité vienne revigorer la finale.

Luca di Stefano

*Laurent Habrard, Crozes-Hermitage, 2019. Bio, sans sulfites ajoutés. 13,5%. Déniché chez **Nicolas**, Pont-Rouge (Lancy). 22.chf.*

Les vignerons genevois se sédentarisent rue Lissignol

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Un grolleau de pique-nique . L'étiquette vous l'annonce très graphiquement : si vous dégainez Le vin de jardin, déployez aussi la nappe à carreaux sur l'herbe tendre. Car voici le petit rouge idéal pour accompagner un pique-nique ou un apéro-pelouse entre copains. Un esprit de groseille acidulée vous taquine la papille avec un entrain primesautier, avant de vous nimber le gosier d'épices framboisées. Un glouglou de soif gorgé de fruits rouges, sans chichis, mais dont la droiture ne redoutera pas de converser avec des rillettes d'oie, un vieux comté ou un bon pâté de campagne.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367595597

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Né en Anjou au domaine de La Grange aux Belles, ce nectar nature est issu de grolleau, un cépage typique de la région de la Loire. C'est à un trio de vignerons que l'on doit ce jus hautement buvable : Marc Houtin, Julien Bresteau et Gérald Peau officient de concert pour produire chaque année une dizaine de cuvées tout en limpidité. Leur complicité artisane se ressent dans ce cru gourmand, léger et fluide comme le parfum du lilas sous la tonnelle au fond du jardin.

Le vin de Jardin 2021, La Grange aux Belles, 10,5°. Puisé dans le stock de la Cave Pépites, 53 rue du Stand pour 17 fr. la bouteille .

Dame Glou

Cave Pépin . L'élégante échoppe d'Héloïse Pépin et Xavier Deblock se niche dans la zone industrielle de Plan-les-Ouates. Le couple défend les jus sincères et vivants ouvragés par des vignerons travaillant dans le respect du sol et du végétal, sans concession à la chimie. Vous dénicherez ainsi chez Pépin des pépites de vins naturels venu de Suisse, de France, d'Espagne et d'Italie.

Cave Pépin, 15 ch. Du Pré Fleuri, 1228 Plan-les-Ouates. Ma-me sur rendez-vous, je-ve 14h-18h, sa 9h30-16h.

Dame Glou

Le vin en canette, sacrilège ou bonne idée?

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367595597

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Joli jus de treille du Roussillon . On serait tenté de penser que Luc Devot s'est librement inspiré d'une locution grivoise pour baptiser son «Goulou Goulou dans la cave». Une chose est sûre, le vigneron du Roussillon aime à jouer avec les mots, comme le prouvent ses autres cuvées L'appât du grain ou Hydrophobia et le nom de son domaine, Débit d'Ivresse.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367595597

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Établies tout près de Latour de France, dans les Pyrénées-Orientales, ses vignes poussent sur ce petit bout de terre que les amateurs de vin nature appellent affectueusement le Jajakistan, parce s'y trouvent des viticulteurs militants qui travaillent sans aucune chimie et dans le respect du vivant. En effet, nul artifice n'a corseté les raisins de Goulou Goulou 2021, dont la robe claire atteste de la délicate extraction. Cette 100% syrah élevée sur sols schisteux est un joli jus de treille qui file tout droit au fond du bec avec un fruit léger et joyeux. Il vous enrobe le tarin d'une brume de pétales de rose veloutés et vous tapisse la langue d'une poignée de griottes épicées. Un flacon d'une fraîcheur très glouglou.

Dame Glou

Goulou Goulou 2021, Le Débit d'Ivresse, 12°. Glané sur les rayonnages de Nino, 65, bd Saint-Georges, pour 25 fr. la bouteille.

Quand le cépage du porto prend racine aux pieds du Salève

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367595597

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Un vin, une infinie caresse. Les vins du sud sont-ils trop lourds? Trop riches en soleil et en alcool? C'est un préjugé. Pire, un mensonge éhonté, du moins quand on goûte à la cuvée Les Copines 2021 de Jean-Louis Taverney. Peu extrait, ce nectar du Roussillon se révèle fin, pimpant et gourmand. Une caresse comme le dit David Grange au Passeur de vin. On ne saurait mieux dire. L'intarissable mordu de jus sains et simples y retrouve des goûts de myrtilles et de fraises. C'est vrai, il y en a. Pas seulement. Et même des parfums d'aubépines, dit-il. Il y en a aussi.

De ce terroir aride et caillouteux, composé de schistes, de gneiss et de granit, Jean-Louis Taverney cultive 4 hectares de Carignan, 3 de Grenache, 2 de Syrah, 1 de Macabeu et 1 de Grenache Gris. 60% de ses vignes ont entre 50 à 70 ans. Son secret? Vinification traditionnelle sans levurage, peu ou pas de soufre, ses breuvages ne sont pas collés (ndrl: pour clarifier le vin). "C'est du vrai vin quoi. Sincère et généreux... ", conclut David Grange. On abonde.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367595597

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

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

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Du 21 au 27 octobre 2022 P.4**
Journalistes : **Thomas Gueller**
Nombre de mots : **220**

DISTRIBUTION

Bollinger Diffusion annonce les premiers résultats d'Anaë en France FRANCE

« *Après la perte de distribution du gin The Botanist que le groupe Rémy Cointreau nous avait confié avec une partie de son portefeuille, nous avons souhaité conserver un gin premium dans notre portefeuille et, tant qu'à faire, autant qu'il s'agisse du nôtre* », dévoile Aymeric de Maistre, directeur général de Bollinger Diffusion. Créé conjointement par Pauline Raffaitin, directrice marketing de cette société de distribution, Dominique Touteau, le maître de chai des cognacs Delamain (groupe Bollinger), Philippe Laclie, distillateur installé à Cognac, et Guillaume Quenza, cofondateur du bar à cocktails Fréquence, ce gin bio sur base d'alcool vinique, a trouvé ses marques. « *Anaë a déjà séduit plus de 1 000 clients, et les volumes après 13 mois sont identiques à ceux de The Botanist au même stade de lancement.* » C'est ainsi que l'enseigne de cavistes Nicolas a choisi de le mettre particulièrement en avant dans sa sélection de produits de fin d'année, avec un PVC de 47 €. En termes d'animations et promotions, Aymeric de Maistre annonce : « *Nous avons cessé la distribution du mixer Hysope avec qui nous voulions créer des synergies commerciales. Nous opérons au cas par cas avec d'autres marques dont Fever Tree.* » ■

Thomas Gueller

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Aujourd'hui en France (WEEK-END)

Famille du média : **PQN**
(Quotidiens nationaux)
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **1198000**
Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **28 octobre 2022 P.26**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **522**

CONSO

PAGE RÉALISÉE PAR LE SERVICE COMMERCIAL

Bugizz, le traiteur événementiel des insectes !

Comment répondre à la plupart des enjeux sanitaires et écologiques de nos sociétés ? En consommant des insectes ! Ils sont source de protéines, pauvres en gras, riches en nutriments, le tout avec un faible impact environnemental. Ainsi, grâce à Bugizz, nous souhaitons partager, dès maintenant, avec vous cette solution et notre passion en nous déplaçant directement chez vous ou au sein de votre entreprise dans Paris, et sa petite couronne. Dans le cadre de dégustations, goûtez à des insectes sous toutes leurs formes (même en steaks) et saveurs !
www.bugizz.fr

Image non disponible. Restriction de l'éditeur

Image non disponible. Restriction de l'éditeur

Château Martinolles Vieilles vignes 2021, 100 % chardonnay

Au cœur d'un site naturel d'une grande biodiversité, le vignoble du Château Martinolles, en appellation Limoux, ondule sur les collines en pente douce. Les ceps côtoient les oliviers, les pins et les chênes. La cuvée Château Martinolles Vieilles vignes 2021, 100 % chardonnay, est un vin à la fois riche et élégant d'une remarquable fraîcheur. Ce compagnon de table idéal s'accorde avec de nombreux mets : poissons, volailles, fromages.
12,50 € chez les cavistes Nicolas.
www.paulmas.com

Aronnax - Parcours Jules Verne à Amiens

Depuis le 24 mars à Amiens, découvrez Jules Verne autrement avec le parcours éponyme créé par la ville pour valoriser le patrimoine vernien à travers des lieux chers à l'écrivain français. Baptisé Aronnax - clin d'œil au personnage de *Vingt mille lieues sous les mers* -, ce projet est une épopée littéraire, artistique et culturelle en seize étapes consacrées au génie créatif de l'auteur. Tout au long du circuit, les visiteurs pourront constater à quel point la vie amiénoise a inspiré Jules Verne, qu'il évoque d'ailleurs dans de nombreux récits.
www.amiens.fr/aronnax

Image non disponible. Restriction de l'éditeur

Glisse ludique dans le massif du Sancy

Airboard, Snooc, fantasy luge, yooner, snake gliss... cet hiver découvrez la glisse ludique dans le massif du Sancy en Auvergne. Les stations du Mont-Dore et de Super-Besse fourmillent d'idées pour vous faire dévaler les pistes avec un bodyboard des neiges encadré par un moniteur ESF ou encore un train de luges articulé. Les plus aventuriers pourront tenter la descente en luge sportive à Super-Besse. L'occasion de partager un bon moment en famille ou entre amis ! Et pour les amateurs de ski pur, le massif du Sancy propose 76 pistes de descente tous niveaux.
www.sancy.com

Image non disponible. Restriction de l'éditeur

Image non disponible. Restriction de l'éditeur

Le nouveau Spa Deep Nature à Center Parcs

Niché à la croisée de la somptueuse forêt des Landes et des collines du Lot-et-Garonne, le nouveau Spa Deep Nature est un endroit chaleureux et moderne, propice à la détente et à la relaxation, une véritable promesse d'harmonie et de bien-être. On y découvre un nouveau soin signature, le soin Avellana, un protocole aux manœuvres enveloppantes sur l'ensemble du corps associées à des pochons de noisettes pour dénouer les tensions musculaires et apporter une décontraction totale.
Soin signature Avellana, 3 h 40, 205 € en exclusivité au Spa Deep Nature du Center Parcs des Landes de Gascogne.

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

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

HORS-SÉRIE Maxi Cuisine

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Irrégulière**

Audience : **1837000**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Novembre - decembre 2022 P.98**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **809**

CARNET D'ADRESSES

Dans la hotte, p. 6-7

Aldi, sur Aldi.fr
Cluizel, sur Cluizel.com
Comtesse du Barry, sur Comtessedubarry.com
Dammann Frères, sur Dammann.fr
Delacre, en GMS et sur Delacre.fr
Eataly, sur Eataly.fr
E.Leclerc, sur E.leclerc
Gratien & Meyer, sur Gratienmeyer.com
Le Comptoir de Mathilde, sur Lecomptoirdemathilde.com
Les 2 Marmottes, sur Les2marmottes.fr
Lidl, sur Lidl.fr
Mademoiselle de Margaux, sur Mademoiselledemargaux.com
Monbana, sur Monbana.com
Mulot et Petitjean, sur Mulotpetitjean.com
Oliviers & Co, sur Oliviers-co.com
Palais des thés, sur Palaisdesthes.com
Picard, sur Picard.fr
Weiss, sur Chocolat-weiss.fr

L'idée en plus, p. 28-29

Bloomingville, sur Bloomingville.com
Jardiland, sur Jardiland.com
Sestrene Grene, sur Sostrenegrene.com

Chocolaterie Bonnat, p. 30-31

Bonnat, sur Bonnat-chocolatier.com

Crémant, p. 40-41

Bestheim, sur Bestheim.com
Cave de Ribeauvillé, sur Carrefour.fr
Cave des vins Cruet, sur Cavedecruet.com
Cave Monge Granon, sur Clairette-mongegranon.com
Caveau des Byards, sur Caveau-byards.fr
Celene, sur Nicolas.com
De Chanceny, sur Robertetmarcel.com
Domaine de La Baume, sur Domaine-rosier.com
Jean de Villeneuve, sur Netto.fr
Louis Bouillot, sur Courses.monoprix.fr
Marcel Cabelier, sur Coursesu.com
Mlle Ladubay, sur E.leclerc

Champagne, p. 54-55

Bernard Brémont, sur Carrefour.fr
Bochet-Lemoine, sur Champagne-bochet-lemoine.com
Briaux Lenique, sur Champagne-briaux-lenique.com
Chanoine, sur Chanoine-freres.fr
Charles de Courance, sur Carrefour.fr
Christian Naudé, sur Champagne-christian-naude.fr
Mathieu-Nicolas, sur Champagnemathieunicolas.com
Monmarthe, sur Champagne-monmarthe.com
Pol Carson, sur E.leclerc
Veuve Durand, sur Aldi.fr
Veuve Emille, sur Auchan.fr
Veuve Morlay & fils, sur Netto.fr

Shopping déco, p. 70-73

Alinea, sur Alinea.fr
Appolia, sur Fr.peugeot-saveurs.com
Botanic, sur Botanic.com
Carrefour, sur Carrefour.fr
Comptoir de famille, sur Comptoir-de-famille.com
Côté table, sur Cote-table.com
E.Leclerc, sur E.leclerc
Gamm vert, sur Gammvert.fr
Gers équipement, sur Gers-equipement.fr
Gifi, sur Gifi.fr
Ikea, sur Ikea.com/fr
Jardiland, sur Jardiland.com
Jean Dubost, sur Jeandubost.fr
La Cerise sur le gâteau, sur Lacerisesurlegateau.fr
Leonardo, en boutiques déco
Linvosges, sur Linvosges.com
Monoprix, sur Monoprix.fr
Peugeot, sur Fr.peugeot-saveurs.com
Ô de bouteilles, sur Odebouteilles.fr
Zôdio, sur Zodio.fr

Idées cadeaux, p. 90-93

Chabert & Guillot, sur Nougat-chabert-guillot.com
Cluizel, sur Cluizel.com
Compagnons du goût, sur Compagnonsdugout.fr
Comtesse du Barry, sur Comtessedubarry.com
Cookut, sur Cookut.com
Degrenne, sur Degrenne.fr
Delta Q, chez Carrefour, Auchan, E.Leclerc
English Tea Shop, sur Botanic.com
MaxiCoffee, CDiscount et sur Mydeltaq.com
Edwart, sur Edwart.fr
Fauchon, sur Fauchon.com
Ferrero Rocher, en GMS
Gavottes, sur Gavottes.fr
KitchenCraft, en boutiques déco et arts de la table et sur Kitchencraft.co.uk
Le Roy René, sur Leroyrene.fr
Lékué, sur Lekue.com
Lidl, sur Lidl.fr
Maison Brémond, sur Mb-1830.com
Maison Roussot, sur Maisonroussot.com
Maisons du monde, sur Maisonsdumonde.com
Mauviel, sur Mauviel.com
Microplane, sur Microplaneintl.com
Monnette, sur Monnette.fr
Mulot & Petitjean, sur Mulotpetitjean.com
Nature & découvertes, sur Natureetdecouvertes.com
Nutribullet, sur Nutribullet.com
Oliviers & Co, sur Oliviers-co.com
Patrick Agnelet, sur Patrickagnellet.com
Plantin, sur Truffe-plantin.com
Révillon, en GMS
Sabaton, sur Sabaton.fr
Shanty Biscuits, sur Shantybiscuits.com
Sigg, sur Sigg.fr
Sophie M, sur Sophie-m.com
Vincent Guerlais, sur Vincentguerlais.com

Crédits photos

Couverture : Anne Kerouédan/Sunray Photo.
P6-7 : DR.
P8-9 : DR/Maison Laduree, Stéphane de Bourgies, Thomas Dhellemmes, DR/Lenôtre.
P10-11 : StockFood/Immediate Media/Good Food, Marielle/Sucré Salé.
P12-13 : Constantini/Sucré Salé, Francesca Moscheni/Salé&Pepe/Sunray Photo.
P14-15 : Syl d Ab/Sucré Salé, Constantini/Saveurs/Sunray Photo, StockFood/Are Media.
P16-17 : Kerouédan/Sucré Salé, Balme/Saveurs/Sunray Photo, Czerw/Saveurs/Sunray Photo.
P18-19 : DR/Boxetti.
P20-21 : Nicolas Edwige/Sucré Salé, House of Food/Redaktionsagentur Food & Foto Bauer Food Experts KG.
P22-23 : Anne Kerouédan/Sunray Photo, vennetta/Gettyimages, Jérôme Rommé/AnnaPustynnikova/Adobe Stock.
P24-25 : asife/Adobe Stock, IngredientsPhoto/Gettyimages, Lingot/Viel/Sucré Salé, Alena Hrbkova-Marek Kucera/Apetit/Sunray Photo.
P26-27 : Daguerre/Sucré Salé, Cultura/Hemis.fr, MW Photography/Adobe Stock.
P28-29 : Jardiland, Sostrene Grene, Bloomingville, aamulya/Adobe Stock, mediaphotos/Gettyimages, Katharina Pasternak/Flora Press/BiosPhoto.
P30-31 : Cindy Joffroy, Franck Juery, Maria Spera.
P32-33 : House of Food/Redaktionsagentur Food & Foto Bauer Food Experts KG.
P34-35 : House of Food/Redaktionsagentur Food & Foto Bauer Food Experts KG, Roulier/Gettyimages, Madani/Sucré Salé.
P36-37 : Fenot/Sucré Salé, House of Food/Redaktionsagentur Food & Foto Bauer Food Experts KG.
P38-39 : House of Food/Redaktionsagentur Food & Foto Bauer Food Experts KG, Mizina/Gettyimages.
P40-41 : Gianluca Fabriizio/Illustrador/tiera/Gettyimages.
P42-43 : Maria/Didier Dooeu/cegli/GCapture/Adobe Stock.
P44-45 : Kerouédan/Sunray Photo, House of Food/Redaktionsagentur Food & Foto Bauer Food Experts KG.
P46-47 : Deslandes/Sucré Salé, Laurent Rouvrais-Sarah Vasseghi/Editions de la Martinière.
P48-49 : Balme/Sucré Salé, StockFood/Irina Meliukh.
P50-51 : StockFood/Diana Kowalczyk, Michèle Tabozzi/Salé&Pepe/Sunray Photo.
P52-53 : Marielle/Sucré Salé, fcafotodigital/Gettyimages.
P54-55 : unpick/Gettyimages, Evrymmnt/Adobe Stock.
P56-57 : LightFieldStudios/Gettyimages.
P58-59 : Look and Learn-DR/Bridgeman Images, Everyday Better/Floortje/zerdkaas/iacona/Gettyimages, tjmolina/Adobe Stock.
P60-61 : New Africa/chrapka/Adobe Stock, pleshko74/Morepics/Gettyimages.
P62-63 : yauhenka/Gulsina/Jultud/Sunnotna Anna/logaryphmic/Adobe Stock.
P64-65 : Chivoret/Syl d Ab/Sucré Salé.
P66-67 : Plotov/Syl d Ab/Madani/Sucré Salé, Gaedes/Saveurs/Sunray Photo.
P68-69 : Janrie Peters/Living at home/Sunray Photo, Laura Spinelli/Salé&Pepe/Sunray Photo, gorrmin/Maren Winter/Adobe Stock.
P74-75 : annapustynnikova/Martine A Eisenlohr/Simple Beautiful/asab974/Mauchered/Adobe Stock.
P76-77 : Anne Kerouédan/Sunray Photo, fabrwasser/Adobe Stock.
P78-79 : sanzamera/Adobe, lisegagne/M_a_y_a/Gettyimages, House of Food/Redaktionsagentur Food & Foto Bauer Food Experts KG.
P80-81 : juliasudnitskaya/kasia2003/Anne Del Socorro/Adobe Stock, House of Food/Redaktionsagentur Food & Foto Bauer Food Experts KG.
P82-83 : Aamulya/Gettyimages, House of Food/Redaktionsagentur Food & Foto Bauer Food Experts KG, asab974/ArtSys/Adobe Stock.
P84-85 : Konstantin/sborisov/anzeletti/Gettyimages.
P86-87 : MarinadeArt/efesenko/goncharovaia/Firn/Adobe Stock, Deslandes/Sucré Salé, Felice Scoccimarro/Salé&Pepe/Sunray Photo.
P88-89 : MelanieMaya/Gettyimages, Madani/Sucré Salé, Africa Studio/NataliyaLevisi/marleiend/Adobe Stock, House of Food/Redaktionsagentur Food & Foto Bauer Food Experts KG.
P94-95 : Qualit Design/Adobe Stock, DR.
P96 : Denira/Adobe Stock.
P98 : House of Food/Redaktionsagentur Food & Foto Bauer Food Experts KG.
Éléments graphiques : Adobe Stock, Gettyimages.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MAGASINS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Un caviste implanté à Toulouse est en finale d'un prestigieux concours national

A Toulouse depuis 2009 au sein du Magasin Nicolas, Philippe Carragoso s'est qualifié pour la finale du concours du meilleur caviste de France. Elle aura lieu le 17 octobre 2022.

Philippe Carragoso, en lice pour devenir le meilleur caviste de France... et faire triompher Toulouse ! (©Q.M / Actu.fr)

A un pas du titre ! **Philippe Carragoso,** caviste dans un magasin Nicolas de Toulouse, est en finale d'un concours qui peut le faire devenir **champion de France de sa catégorie** . Rendez-vous le 17 octobre 2022 à Avignon... après des années de passion, et une demi-finale disputée.

Une grande passion pour le vin

Originaire du bassin bordelais, Philippe Carragoso est arrivé à **Toulouse en 2009** , année qui l'a vu investir le magasin Nicolas, place Victor-Hugo. « J'ai travaillé dans quelques établissements étoilés, je suis issu de la restauration et de la sommellerie. J'ai découvert le milieu de caviste en région parisienne depuis une vingtaine d'années, commente-t-il. J'ai toujours eu **cette passion pour le vin** , la découverte de nouveaux produits, le partage, le conseil... »

Depuis son magasin où figurent pas moins de **10 140 bouteilles** , Philippe Carragoso « s'occupe des sélections des gammes

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

pour tout le Sud-Ouest et le Languedoc-Roussillon. Je suis en contact régulier avec beaucoup de vignerons. Je privilégie tout ce que l'on peut avoir en Occitanie, sur **Fronton, Gaillac,** dans le **Gers...** On a aussi beaucoup de producteurs autour de **Carcassonne, Limoux** et le **Minervois ».** Quant à la société Nicolas, elle célèbre ses 200 ans cette année. Et le caviste toulousain s'est lancé dans la conquête d'un titre en guise de bougie.

Le

MagasinNicolas, place Victor Hugo, abrite 10140 bouteilles ! (©Q.M / Actu.fr)

À lire aussi

- A 34 ans, le patron de cette cave de Toulouse devient le premier Maître caviste du département

En route pour le concours

La cinquième édition du concours organisé par le **Syndicat des Cavistes Professionnels** , regroupant près de 1 800 caves en France, a d'abord mis aux prises quasiment 400 candidats. Pour accéder au dernier carré, le Girondin de naissance a dû plancher sur « **70 questions** qui portaient sur tout ce qui est lié à notre métier. Nous avions 60 minutes pour y répondre ». Avec 41 autres concurrents, dont sept de la Maison Nicolas, Philippe Carragoso a obtenu le droit de disputer la demi-finale, lundi 12 septembre 2022, au **Château Belgrave,** situé Saint-Laurent-Médoc, en Gironde.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

"Elle était en deux parties. Il y a d'abord eu un QCM de connaissances, de 60 minutes. Il était très difficile. Ensuite, nous avons eu une dégustation à l'aveugle de trois produits, commentée à l'écrit. On est tombé sur un Côtes du Rhône Blanc 2021 de Laudun, que j'ai eu la chance de découvrir. On a ensuite eu un rouge Argentin Malbec. Sur celui-là, je suis passé à côté... Et à la fin, on avait une liqueur italienne, Fernet Branca, que j'ai trouvée. J'ai à peu près réussi ma dégustation !" **Philippe Carragoso** Caviste à la Maison Nicolas de Toulouse

De cette demi-finale, Philippe Carragoso retient la chance d'avoir pu **« rencontrer, côtoyer** et **échanger** avec les autres collègues. Il y avait beaucoup de cavistes indépendants ». S'il n'a pas caché sa « surprise » au moment d'apprendre sa qualification en finale, le Toulousain savoure. « Je suis **soulagé, content,** puis **fier** d'être là ! C'est un concours que je fais pour me challenger, me remettre dans les bouquins et me confronter aux collègues. C'est intéressant. »

La dégustation à l'aveugle est l'une des épreuves les plus redoutables du concours. (©Q.M / Actu.fr)

Cinq épreuves pour un titre

La grande finale aura lieu à Avignon, le lundi 17 octobre 2022. Mais elle commencera un peu plus tôt. « Il y aura cinq épreuves, et la première sera **une visite mystère** , en caméra cachée, qui va permettre de juger l'état et la gestion de notre boutique, l'accueil des clients et notre métier de caviste au jour le jour », annonce Philippe Carragoso.

Une fois arrivés dans le Vaucluse, les huit finalistes devront ensuite répondre « à **40 questions très pointues.** Nous aurons ensuite une dégustation à l'aveugle de **5 produits** , que nous devrons commenter devant le jury et le public. Ensuite, le jury

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

sélectionnera un produit que **nous devrons présenter** : nous aurons 5 minutes de préparation, et 5 de présentation. Enfin, la dernière épreuve sera un **sketch de vente :** par exemple, une situation d'une personne qui se marie et qui demande à être conseillée ».

L'une des cinq épreuves de la finale sera un sketch dev vente. Peut-être une situation déjà vécue des centaines de fois depuis son arrivée à Maison Nicolas, à Toulouse, en 2009... (©Q.M / Actu.fr)

« Ce serait une victoire pour Toulouse ! »

Le compte à rebours est lancé. « Je suis en pleine révisions, je reçois tous les jours des échantillons **pour m'entrainer** et essayer de tomber sur la bonne bouteille en finale », sourit le caviste de Toulouse. Qui a conscience de ce qui l'attend en cas de succès, le 17 octobre. « C'est quand même quelque chose en terme de résultat : c'est un petit peu l'équivalent d'un **meilleur ouvrier de France** dans son domaine. Les personnes qui ont gagné ont vu leur vie basculer. »

Mais celui qui est aussi jury au sein de TBS voit aussi une opportunité de redorer un blason. « Ce concours permet de promouvoir le métier de caviste, parce que c'est la convivialité, le plaisir, le partage. Je suis aussi 'Magasin école' : **je forme les nouveaux gérants. »**

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le caviste implanté à Toulouse eut remporter une victoire prestigieuse. (©Q.M / Actu.fr)

L'accession en finale de ce concours est inédite pour un candidat de la Ville rose. « Gagner, **ce serait une victoire aussi pour Toulouse** , sourit Philippe Carragoso. J'espère que d'autres toulousains participeront les prochaines fois et arriveront en finale. » Et seront sacrés... comme lui ? Réponse le 17 octobre.

Le sprint pour Noël est aussi lancé

Dans le cadre d'un dernier trimestre animé par une finale, Philippe Carragoso voit aussi arriver les fêtes de fin d'année. "On a beaucoup de demandes pour cette période qui est très importante dans notre activité. Il faut être là", commente-t-il. "Ce qui plait beaucoup, ce sont les vins gourmands, avec beaucoup de syrah, de grenache. On va le retrouver dans le Roussillon. Sur Fronton, on va trouver des beaux vins, pas forcément tanniques, qui vont accompagner des repas. Le plaisir du vin, c'est la découverte de nouveaux produits !"

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LE MAGAZINE DES CAVISTES & SOMMELIERS

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **15000**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Automne 2022 P.28-30**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **963**

▲ Philippe CARRAGOSO

▲ Laetitia CONIGLIO

▲ Laetitia GAUTHERON

▲ Sylvain GUILLET

CONCOURS

Meilleur Caviste

Le grand huit en Avignon

BORDEAUX AVIGNON

CHÂTEAU BELGRAVE
Saint-Laurent-Médoc (33)
1/2 finale

GRAND HÔTEL D'AVIGNON
Avignon (84)
finale

*Organisé depuis 2014 par le **Syndicat des cavistes professionnels**, ce concours mobilise toujours plus de candidats. Au **château Belgrave**, ils étaient 42, venus de toute la France, pour disputer la deuxième étape de sélection avec l'espoir de décrocher leur billet pour l'ultime rendez-vous prévu le **17 octobre en Avignon***

Textes & Photos de **JEAN BERNARD**

Patrick Jourdain, président du Syndicat des cavistes professionnels, l'affirme : un titre de Meilleur caviste de France a des conséquences économiques très positives pour le vainqueur de cette épreuve organisée tous

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 2938183600503

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

David MORIN

Maxime PAON

Lea PERRET

Aexis ZAOUK

LA FINALE EN AVIGNON

de France

PALMARÈS

- 2014
  Stéphane ALBERTI
  Caves Vin Passion à Ceyrat
  et à Saint-Amand-de-Tallende (63)
- 2016
  Philippe SCHLICK
  La Boutique du Sommelier
  à Weitbruch (67)
- 2018
  Cyril CONIGLIO
  Rhône Magnum
  à Pont-de-l'Isère (26)
- 2020
  Matthieu POTIN
  La Vignery
  à Saint-Germain-en-Laye (78)

les deux ans. Mais pour les huit finalistes dont les noms ont été dévoilés quelques jours après la deuxième étape de la sélection, une victoire est avant tout la reconnaissance de plusieurs mois de préparation et d'une passion pour l'ensemble des aspects de ce métier en plein développement. Le lundi 17 octobre, au **Grand Hôtel d'Avignon**, seront donc appelés à faire face au jury et au public les cavistes suivants : **Philippe Carragoso** (Cave Nicolas à Toulouse), **Laëtitia Coniglio** (Rhône Magnum à Pont-de-L'Isère), **Laëtitia Gautheron** (Cave le vingt-deux à Montreuil), **Sylvain Guillet** (Aux grands vins de France à Montpellier), **David Morin** (La cave de Villiers-sur-Marne à Villiers-sur-Marne), **Maxime Paon** (Hopla vins à Munster), **Léa Perret** (Cave Nicolas à Loyettes) et **Alexis Zaouk** (La cave d'Alexis à Nanterre).

Pour en arriver à ce stade du concours ils ont d'abord négocié une première sélection proposée via internet au printemps dernier. Plus de 200 professionnels étaient alors connectés simultanément et les 43 meilleurs d'entre deux ont ensuite reçu une invitation pour rejoindre le château Belgrave, au cœur du Médoc pour vivre ensemble la suite de l'aventure. Après un forfait pour raison de santé ils étaient donc 42 à découvrir le questionnaire proposé pour cette édition 2022.

QUESTIONS OUVERTES ET... BOISSONS INATTENDUES

Un concours comme celui-ci doit permettre aux participants de faire montre de la grande variété de leurs savoirs. Ils doivent connaître les produits, des vins aux spiritueux en passant par les bières, leur histoire, leur

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 2938183600503

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

CONCOURS

LA FINALE DU MEILLEUR CAVISTE DE FRANCE EN AVIGNON

▲ Taille en «guyot double»

terroir, la réglementation qui les accompagne et, bien entendu, les caractéristiques de leur production.

Pas surprenant alors que le QCM débutant l'épreuve les invite à préciser "quelle(s) commune(s) viticole(s) constitue(nt) l'Enclave des Papes : Orange, Visan, Courthézon, Valréas".

Plus décontenançant, sans doute, lorsqu'il est demandé de dessiner "un croquis d'un pied de vigne taillé en Guyot double"...

Il y en avait vraiment pour tous les goûts et une heure était nécessaire pour faire le tour des différents problèmes.

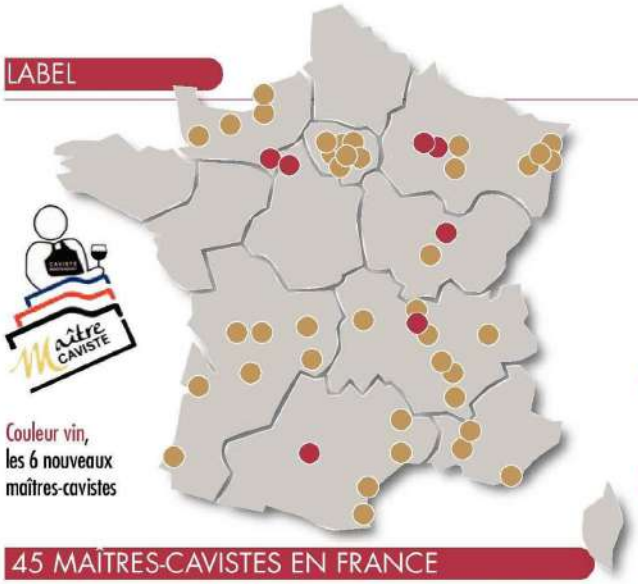
Et trente minutes n'étaient pas de trop, ensuite, pour se livrer à une analyse sensorielle de trois boissons servies de dix minutes en dix minutes. A l'aveugle, le côtes du Rhône de la cave de Chusclan-Laudun, le malbec argentin et enfin le Fernet-Branca dévoilés par Patrick Jourdain quelques minutes après la fin des épreuves ont pour le moins rappelé à tous les participants l'humilité nécessaire face à des produits que les sens et la mémoire permettent de décrire et de tenter d'identifier.

Certains ont fait preuve de plus de précision que d'autres et le résultat de cet exercice associé à celui du questionnaire a donc permis de désigner les huit qui ont encore le droit de rêver. Et surtout d'espérer recevoir des mains de Julie Gayet, marraine de cette édition 2022, le prix symbolisant ce titre de Meilleur caviste de France.

■J.B.

LABEL

UN VÉRITABLE SAVOIR-FAIRE



Couleur vin, les 6 nouveaux maîtres-cavistes

En termes de parité, seules 9 femmes ont obtenu le précieux titre (contre 36 hommes) mais les dernières sessions ont été un peu mieux équilibrées, même si c'est aussi le reflet de cette profession encore très masculine à ce jour.

45 MAÎTRES-CAVISTES EN FRANCE

Depuis la première vague de décembre 2020, la Fédération des Cavistes Indépendants ne cesse d'enrichir son carnet d'adresses de Maîtres-Cavistes. Rappelons que l'obtention de ce titre est le résultat d'un audit de fond autour de 7 piliers fondamentaux que sont l'ancienneté (10 ans au moins comme caviste), les connaissances (un test), des engagements sur la formation et la transmission mais aussi la sélection des produits, les valeurs humaines et du terroir (visites régulières des vignerons) et une implication associative (FCI et Syndicat des Cavistes Professionnels).

La septième vague d'audits vient de délivrer les noms de 6 nouveaux Maîtres-Cavistes.

Deux ans après le lancement de cette initiative on constate quelques disparités territoriales puisque 4 régions (Bretagne, Corse, Hauts-de-France et Pays de Loire) n'ont pas encore de maîtres-cavistes. Ces 45 titulaires du titre représentent un total de 58 caves.

6 NOUVEAUX

■ Béatrice ABRAHAM (3)
Caves Saint Hippolyte à Essômes-sur Marne (02), à Montmirail et à Dormans (51)

■ Hervé AMBOISE (3)
Caves Saint Hippolyte à Essômes-sur Marne (02), à Montmirail et à Dormans (51)

■ Franck NAUDOT (2)
Caves Naudot à Gannat et à Bellerive-sur-Allier (03)

■ Adrien TIRELLI
Les Clos Vivants (ex-Route des Vins) à Dijon (21)

■ Pascale de SOUANCÉ (5)
Caves du Perche à Arcisses, Brou, Châteaudun, Nogent-le-Rotrou (28) et à Bellême (61)

■ Julian PALLARUELO
Des Bouchons à Toulouse (31)

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 2938183600503

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **2164000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **07 octobre 2022 P.19**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **195**

Le commerce en bref

Une nouvelle équipe à la cave Nicolas

Karine Guénot et Remi Sabot. | PHOTO : OUEST-FRANCE

Une nouvelle équipe a pris les rênes de la cave Nicolas, dans le centre-ville. Karine Guénot et Rémi Sabot, tous deux sommeliers diplômés, en sont désormais les cogérants.

« **Nous proposons une grande variété de références pour contenter toutes les envies des œnophiles,** expose Rémi Sabot. **La clientèle pourra découvrir ici une sélection d'alcools forts** (rhum, eau-de-vie et spiritueux), **des bières, du champagne, ainsi que des vins de toutes provenances. Notre gamme de vins par exemple, démarre à 3,50 € la bouteille, jusqu'au meilleur vin du monde** (sur commande) ». Une gamme de produits régionaux est également présentée : bières locales, chouchen, pastis breton. « **Si un vin est défectueux, nous remplaçons la bouteille gratuitement et nous donnons des conseils avisés en respectant les budgets** », souligne Karine Guénot.

Cave Nicolas, 1, rue de la Patrie, tél. 02 97 21 96 76. Ouvert le lundi, de 10 h à 19 h 30 ; du mardi au vendredi, de 10 h à 13 h et de 14 h à 19 h 30 ; le samedi, de 10 h à 19 h 30. Site : www.nicolas.com

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

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

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Du 07 au 13 octobre 2022 P.11**
Journalistes : **Cécile Fortis**
Nombre de mots : **227**

Les 8 finalistes du concours du Meilleur caviste de France 2022

FRANCE

Le 12 septembre dernier, 42 candidats étaient réunis au Château Belgrave, grand cru classé du Médoc en 1855, propriété du groupe Thiénot Bordeaux Champagne, pour la 5e édition du concours du Meilleur caviste de France, compétition biennale créée par le Syndicat des cavistes professionnels (SCP). Cette épreuve de qualification a permis de sélectionner 8 finalistes : **Philippe Carragoso** de l'enseigne Nicolas à Toulouse (31), **Laëtitia Coniglio** de Rhône Magnum à Pont-de-l'Isère (26), **Laëtitia Gautheron** de la cave Le Vingt-Deux à Montreuil (93), **Sylvain Guillet** de Grands Vins de France à Montpellier (34), **David Morin** de La Cave de Villiers-sur-Marne (94), **Maxime Paon** de Hopla Vins à Munster (68), **Léa Perret** de l'enseigne Nicolas à Loyettes (69) et **Alexis Zaouk** de La Cave d'Alex à Nanterre (92). La grande finale aura lieu au Grand Hôtel d'Avignon les 16 et 17 octobre prochains et décernera le titre de Meilleur caviste de France 2022, ceux d'argent et de bronze, ainsi qu'un prix spécial du jury récompensant le meilleur jeune caviste (de moins de 30 ans). Pour rappel, il y a deux ans, **Matthieu Potin** avait été consacré Meilleur caviste de France 2020, devant **Julien Lepage**, caviste d'argent, son employé au sein de son magasin La Vignery à Saint-Germain-en-Laye. ■ ***Cécile Fortis***

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LA DÉPÊCHE du Midi

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **640000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **09 octobre 2022 P.25**

Journalistes : **Sophie Vigroux**

Nombre de mots : **838**

GRAND TOULOUSE

PORTRAIT DU DIMANCHE

Le Toulousain Philippe Carragoso sera-t-il le meilleur caviste de France ?

Le 17 octobre prochain, Philippe Carragoso, co-gérant de l'enseigne Nicolas, place Victor-Hugo, va participer à l'ultime étape du concours du meilleur caviste de France. En lice, avec 7 autres candidats, il est le premier Toulousain à accéder en finale.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3505383600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Depuis que Philippe Carragoso sait qu'il va participer à la finale du meilleur caviste de France, il n'a de cesse de réviser. Le Toulousain va devoir se surpasser s'il veut avoir « le privilège » de remporter le titre, le 17 octobre prochain, à Avignon. Homme de défis, il entend bien mettre les bouchées doubles pour être le meilleur. « Ce challenge me tient à cœur. Je me suis inscrit pour revoir mes connaissances, continuer à apprendre et me confronter aux autres cavistes », annonce le co-gérant de la boutique Nicolas, place Victor-Hugo.

Le lundi 17 octobre, Philippe Carragoso devra enchaîner quatre types d'épreuves : déguster à l'aveugle cinq breuvages. « Nous aurons 1 minute 30 par produit pour faire une description à l'oral et proposer un accord mets-vin, un prix de vente, nommer le produit et son millésime ». Lors de la deuxième épreuve, le Toulousain devra présenter une bouteille « comme si j'étais devant mon équipe commerciale ». La troisième épreuve consiste en un sketch de vente. Enfin, lors du dernier exercice, il devra répondre à un quiz de 40 questions, « format questions pour un champion ».

À l'approche de cette compétition où il devra se démarquer des sept autres candidats, Philippe Carragoso reconnaît avoir « un peu de stress, car tout est à l'oral et en public ». Aussi, tous les jours, il déguste cinq vins différents et autant d'alcool et de bières, « en recrachant systématiquement », précise-t-il, en montrant le crachoir qui trône sur son bureau. Il s'entraîne aussi « à parler en public ».

Ce concours, qui existe depuis 2014, a lieu tous les deux ans. Il est organisé par le syndicat des cavistes professionnels qui regroupe 1800 adhérents. Pour Philippe Carragoso, « c'est l'équivalent du titre de meilleur ouvrier de France, il met vraiment en valeur notre professionnalisme ».

Lorsqu'il ne participe pas à des concours, Philippe Carragoso gère la boutique Nicolas située sur la place Victor-Hugo, depuis 2009. « Je travaille en binôme avec Alexis Martinez depuis 2 ans », précise-t-il. Tous les jours, il conseille la clientèle très variée qui pousse les portes de son magasin. « J'ai la chance de parler le portugais, l'espagnol et l'anglais, cela me permet de converser avec pas mal de clients », glisse le caviste.

« A la veille de ce concours, je m'entraîne tous les jours. »

né en Gironde

Philippe Carragoso fêtera ses 50 ans le 27 octobre. Il est né à Arès, sur le bassin d'Arcachon, dans une grande région viticole. Ses parents d'origine portugaise, n'avaient pas la culture du vin. Lui est tombé dedans lors de ses études au lycée hôtelier de Talence. Après avoir travaillé dans des res-

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

LA DÉPÊCHE du Midi

Le Toulousain Philippe Carragoso sera-t-il le meilleur caviste de France ?

Edition : **09 octobre 2022 P.25**

À l'occasion de ses 50 ans et des 200 ans de la chaîne Nicolas où il est travaille, le Toulousain Philippe Carragoso aimerait bien remporter le titre de meilleur caviste de France./ DDM, Antoine Berlioz.

taurants étoilés en tant que sommelier, il décide de devenir caviste. Installé à Toulouse depuis 2009, avec son épouse Dominique, médecin, et ses deux enfants, Philippe Carragoso continue à vivre sa passion pour le vin. « C'est moi qui sélectionne les gammes locales pour le Sud-ouest pour la chaîne Nicolas », précise-t-il. Pour cela, il va à la rencontre de nouveaux vignerons régulièrement et n'est pas à l'abri de faire de belles découvertes « comme avec ce gaillac, cuvée le Florentin, produit par Nicolas Hirissou et digne des grands crus classés du Bordelais ».

Amateur des plaisirs de la table, Philippe Carragoso enfile le tablier de cuisine « surtout le week-end pour mitonner par exemple une blanquette de veau, un bœuf bourguignon ou encore un tajine ». Il ouvre à chaque fois la bonne bouteille qui va avec « pour un équilibre parfait en bouche ». Ce qu'il aime dans le vin ? « Sa variété, sa complexité, le plaisir que l'on peut prendre à l'associer avec des mets et le partage qu'il induit ». Avec son palais très entraîné, et sa bibliothèque de saveurs dans la tête, il est capable aujourd'hui de détecter « la complexité des arômes, la finesse de bulle… Quand je goûte un vin à l'aveugle, je ressens des saveurs associées à un cépage, cela me permet de l'associer à un vin ».

S'il gagne, Philippe Carragoso a prévu d'ouvrir un champagne, « Sûrement une bouteille de la maison Deutz ».

Sophie Vigroux

EN QUELQUES DATES

27 octobre1972 : Naissance de Philippe Carragoso, à Arès (Gironde)
2001 : Mariage avec Dominique
2003 : Naissance de son fils Clément.
2007 : Naissance de sa fille Flore.
2009 : Installation à Toulouse.
14 septembre 2022 : Qualification pour la finale du meilleur caviste de France.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3505383600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LADEPECHE.fr

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **8576494**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

9 Octobre 2022
Journalistes : **Sophie Vigroux**
Nombre de mots : **4519**

www.ladepeche.fr

Visualiser l'article

Le Toulousain Philippe Carragoso sera-t-il le meilleur caviste de France ?

À l'occasion de ses 50 ans et des 200 ans de la chaîne Nicolas où il est travaille, le Toulousain Philippe Carragoso aimerait bien remporter le titre de meilleur caviste de France./ DDM, Antoine Berlioz.

Le 17 octobre prochain, Philippe Carragoso, co-gérant de l'enseigne Nicolas, place Victor-Hugo, va participer à l'ultime étape du concours du meilleur caviste de France. En lice, avec 7 autres candidats, il est le premier Toulousain à accéder en finale.

Depuis que Philippe Carragoso sait qu'il va participer à la finale du meilleur caviste de France, il n'a de cesse de réviser. Le Toulousain va devoir se surpasser s'il veut avoir « le privilège » de remporter le titre, le 17 octobre prochain, à Avignon. Homme de défis, il entend bien mettre les bouchées doubles pour être le meilleur. « Ce challenge me tient à coeur. Je me suis inscrit pour revoir mes connaissances, continuer à apprendre et me confronter aux autres cavistes », annonce le co-gérant de la boutique Nicolas, place Victor-Hugo.

Le lundi 17 octobre, Philippe Carragoso devra enchaîner quatre types d'épreuves: déguster à l'aveugle cinq breuvages. «Nous aurons 1 minute 30 par produit pour faire une description à l'oral et proposer un accord mets-vin, un prix de vente, nommer le produit et son millésime». Lors de la deuxième épreuve, le Toulousain devra présenter une bouteille «comme si j'étais devant mon équipe commerciale». La troisième épreuve consiste en un sketch de vente. Enfin, lors du dernier exercice, il devra répondre à un quiz de 40 questions, «format questions pour un champion».

À l'approche de cette compétition où il devra se démarquer des sept autres candidats, Philippe Carragoso reconnaît avoir «un peu de stress, car tout est à l'oral et en public». Aussi, tous les jours, il déguste cinq vins différents et autant d'alcool et de bières, «en recrachant systématiquement», précise-t-il, en montrant le crachoir qui trône sur son bureau. Il s'entraîne aussi «à parler en public».

Ce concours, qui existe depuis 2014, a lieu tous les deux ans. Il est organisé par le syndicat des cavistes professionnels qui regroupe 1800 adhérents. Pour Philippe Carragoso, «c'est l'équivalent du titre de meilleur ouvrier de France, il met vraiment en valeur notre professionnalisme».

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Lorsqu'il ne participe pas à des concours, Philippe Carragoso gère la boutique Nicolas située sur la place Victor-Hugo, depuis 2009. «Je travaille en binôme avec Alexis Martinez depuis 2 ans», précise-t-il. Tous les jours, il conseille la clientèle très variée qui pousse les portes de son magasin. «J'ai la chance de parler le portugais, l'espagnol et l'anglais, cela me permet de converser avec pas mal de clients», glisse le caviste.

né en Gironde

Philippe Carragoso fêtera ses 50ans le 27 octobre. Il est né à Arès, sur le bassin d'Arcachon, dans une grande région viticole. Ses parents d'origine portugaise, n'avaient pas la culture du vin. Lui est tombé dedans lors de ses études au lycée hôtelier de Talence. Après avoir travaillé dans des restaurants étoilés en tant que sommelier, il décide de devenir caviste. Installé à Toulouse depuis 2009, avec son épouse Dominique, médecin, et ses deux enfants, Philippe Carragoso continue à vivre sa passion pour le vin. «C'est moi qui sélectionne les gammes locales pour le Sud-ouest pour la chaîneNicolas», précise-t-il. Pour cela, il va à la rencontre de nouveaux vignerons régulièrement et n'est pas à l'abri de faire de belles découvertes «comme avec ce gaillac, cuvée le Florentin, produit par Nicolas Hirissou et digne des grands crus classés du Bordelais».

Amateur des plaisirs de la table, Philippe Carragoso enfile le tablier de cuisine «surtout le week-end pour mitonner par exemple une blanquette de veau, un boeuf bourguignon ou encore un tajine». Il ouvre à chaque fois la bonne bouteille qui va avec «pour un équilibre parfait en bouche». Ce qu'il aime dans le vin? «Sa variété, sa complexité, le plaisir que l'on peut prendre à l'associer avec des mets et le partage qu'il induit». Avec son palais très entraîné, et sa bibliothèque de saveurs dans la tête, il est capable aujourd'hui de détecter «la complexité des arômes, la finesse de bulle... Quand je goûte un vin à l'aveugle, je ressens des saveurs associées à un cépage, cela me permet de l'associer à un vin».

S'il gagne, Philippe Carragoso a prévu d'ouvrir un champagne, «Sûrement une bouteille de la maison Deutz».

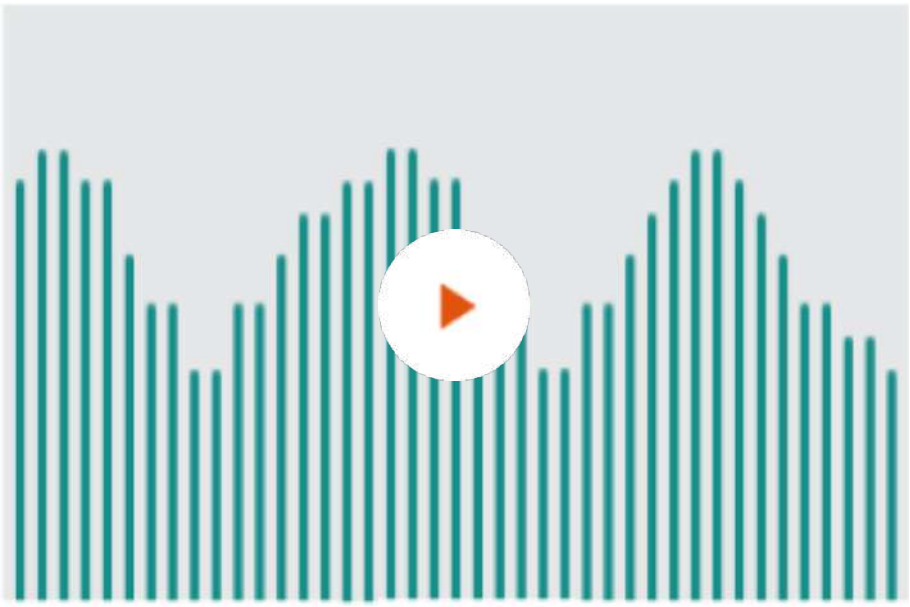
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

Le 7-9 France Bleu Occitanie

9 Octobre 2022
Durée de l'extrait : **00:00:30**
Heure de passage : **07h17**
Disponible jusqu'au :
9 Avril 2023

FL **Franck LANGLOIS**



Résumé: Philippe Carragoso installé au magasin Nicolas depuis 2009, place Victor-Hugo, est en finale du concours du meilleur caviste de France. L'enseigne Nicolas fête ses 200 ans.

Famille du média :
Radios Régionales
Horaire de l'émission :
07:00 - 09:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Actualités-Infos Générales

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220266313

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **2164000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **10 octobre 2022 P.12**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **211**

Le commerce en bref

Une nouvelle équipe à la cave Nicolas

Karine Guénot et Remi Sabot. | PHOTO : OUEST-FRANCE

Une nouvelle équipe a pris les rênes de la cave Nicolas, dans le centre-ville. Karine Guénot et Rémi Sabot, tous deux sommeliers diplômés, en sont désormais les cogérants.

« Nous proposons une grande variété de références pour contenter toutes les envies des œnophiles, expose Rémi Sabot. **La clientèle pourra découvrir ici une sélection d'alcools forts** (rhum, eau-de-vie et spiritueux)**, des bières, du champagne, ainsi que des vins de toutes provenances. Notre gamme de vins par exemple, démarre à 3,50 € la bouteille, jusqu'au meilleur vin du monde** (sur commande) **».** Une gamme de produits régionaux est également présentée : bières locales, chouchen, pastis breton. **« Si un vin est défectueux, nous remplaçons la bouteille gratuitement et nous donnons des conseils avisés en respectant les budgets »,** souligne Karine Guénot.

Cave Nicolas, 1, rue de la Patrie, tél. 02 97 21 96 76. Ouvert le lundi, de 10 h à 19 h 30 ; du mardi au vendredi, de 10 h à 13 h et de 14 h à 19 h 30 ; le samedi, de 10 h à 19 h 30. Site : www.nicolas.com

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

www.telemagplus.re

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **8175**
Sujet du média : **Communication - Médias - Internet**

12 Octobre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **597**

Visualiser l'article

Les carnets: INAUGURATION CAVE NICOLAS ST JOSEPH.

L'enseigne Nicolas a inauguré sa 10ème cave a St Joseph, du beau monde était présent sur les lieux pour une dégustation "plein Sud"!

Lien pdf: https://www.telemagplus.re/Les-carnets-INAUGURATION-CAVE-NICOLAS-ST-JOSEPH_a8065.html

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **57674**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

17 Octobre 2022
Journalistes : **Laura Bernaulte**
Nombre de mots : **303**

www.terredevins.com

Visualiser l'article

[Concours du meilleur caviste de France] David Morin est le meilleur caviste de France

A. Viller

Al'issue de cette journée de finale à Avignon, David Morin, caviste de La Cave de Villiers sur Marne, en banlieue parisienne, s'est imposé. Découvrez le palmarès intégral des titrés de cette 5e édition de la compétition créée par le Syndicat des Cavistes Professionnels (SCP) et organisée par Terre de Vins.

Après avoir franchi avec succès les pré-sélections digitales en mai et les qualifications bordelaises en septembre, la finale du Concours du meilleur caviste de France a rendu son verdict. Suite aux quatre épreuves en direct de ce lundi et au passage d'un client mystère dans les boutiques des finalistes en amont de la finale, David Morin, déjà caviste de bronze lors de l'édition 2020 de la compétition l'a emporté. Il a obtenu le meilleur score au total cumulé des cinq épreuves, chacune notée sur vingt points par un jury composé du président du SCP Patrick Jourdain, du meilleur caviste de France 2014 Stéphane Alberti, du meilleur caviste de France 2016 Philippe Schlick, du meilleur caviste de France 2020 Matthieu Potin, et de Paul Cousin (animateur réseau Manager succursales, Intercaves).

Le caviste d'or est suivi sur la deuxième marche du podium d'Alexis Zaouk (La Cave d'Alex, Nanterre, 92), déjà Meilleur jeune caviste de France 2020, et de Laëtitia Gautheron (Le Vingt-Deux, Montreuil, 93), première femme à faire son entrée dans le trio de tête.

A 26 ans, la caviste de Nicolas Lyon Jacobins (69) Léa Perret succède quant à elle à Alexis Zaouk en tant que Meilleure jeune caviste de France.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Un grand bravo également aux autres finalistes (par ordre alphabétique) : Philippe Carragoso (Nicolas, Toulouse), Laëtitia Coniglio (Rhône Magnum, Pont-de-l'Isère), Sylvain Guillet (Aux Grands Vins de France, Montpellier), Maxime Paon (Hopla Vins, Munster).

CASTELNICOLAS2 - CISION 367561217

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Vaucluse matin le dauphiné

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **N.C.**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **18 octobre 2022 P.5**

Journalistes : **Marie-Félicia ALIBERT**

Nombre de mots : **541**

VAUCLUSE

Les meilleurs cavistes de France se font face à Avignon

Venus de toute la France, les huit finalistes du Concours du meilleur caviste de France 2022 se sont affrontés au fil de cinq épreuves lundi 17 octobre au Grand Hôtel d'Avignon. Photo Le DL/M-F.A.

Après une épreuve de qualification qui a réuni 42 candidats le 12 septembre dernier au Château Belgrave, à Saint-Laurent-Médoc en Gironde, les huit finalistes du Concours du meilleur caviste de France 2022 se sont affrontés au Grand Hôtel d'Avignon, lundi 17 octobre.

Créé en 2014 par le Syndicat des cavistes professionnels avec pour ambition de mettre en lumière cette profession, ce concours biennal très complet récompense des professionnels s'étant distingués par leur expertise et leur sens du conseil. Organisé par le magazine *Terre de Vins*, il se déroule en plusieurs étapes.

300 inscrits à la présélection, huit finalistes, trois lauréats

« Au départ, ils étaient 300 inscrits à passer notre présélection d'une heure avec des questions permettant d'évaluer leurs connaissances. À l'issue de ce test, seuls les 42 meilleurs sont partis en phase de qualification le mois dernier dans le Bordelais. Ils ont enchaîné des épreuves de dégustation, d'identification, de connaissances… et seulement les huit meilleurs ont été retenus pour cette Grande Finale qui se déroule cette année à Avignon », explique Mathilde Medeville, chargée de communication chez *Terre de Vins*.

Ce lundi 17 octobre, ils ont dû faire quatre nouvelles épreuves devant six jurys : un grand oral de présentation d'un vin, une épreuve de dégustation à l'aveugle chronométrée de cinq liquides, une simulation de vente, un quizz chronométré en simultané sur ardoise, proposer un accord met liquide et évaluer le prix de différents liquides. Pour finir, une vidéo tournée dans chacune de leurs caves avec un visiteur mystère a été visionnée.

Les résultats ont été proclamés depuis le Palais des Papes à 19 h 30 : c'est le caviste David Morin de la cave de Villiers-sur-Marne, qui succède à Mathieu Potin, de la Vignerie (Saint-Germain-en-Laye).

La jeune caviste lyonnaise Léa Perret chez Nicolas Lyon Jacobins, dans la profession depuis sept ans, remporte le prix du meilleur caviste de moins de 30 ans : « J'ai toujours été attirée par la sensorialité et j'aime partager les bons vins, raconter leur histoire. Ce concours, c'est surtout pour me challenger. C'est une façon de se remettre en question, de grandir et de rencontrer de nouvelles personnes. »

Comme elle, le Montpelliérain Sylvain Guillet (cave Aux Grands Vins de France), caviste depuis une vingtaine d'années, aime le challenge : « Bourguignon d'origine, le monde du vin est une passion. Nous les cavistes sommes des passeurs de rêves. Ce concours permet de valoriser notre métier. C'est dommage que 80 % des ventes aient encore lieu en grande surface car nous pouvons proposer de belles choses pour tous les budgets et avec des conseils avisés. »

Marie-Félicia ALIBERT

❑ **Le palmarès 2022**

Sur le podium : David Morin de la cave de Villiers-sur-Marne, à Villiers-sur-Marne (or). Alexis Zaouk de la cave d'Alex, à Nanterre (argent). Laëtitia Gautheron du Vingt-Deux, à Montreuil (bronze).

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LE PROGRÈS

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **3300667**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

18 Octobre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **930**

www.leprogres.fr

Visualiser l'article

Léa Perret sacrée meilleure jeune caviste de France 2022

Léa Perret, caviste de 26 ans, a remporté le titre de meilleure jeune caviste de France 2022, lors de la finale du concours, organisée, ce lundi 17 octobre, par le Syndicat des Cavistes Professionnels.

Et si David Morain, de La cave de Villiers-sur-Marne (Val-de-Marne), s'est imposé et est devenu le meilleur caviste de France 2022, au terme de quatre épreuves (description d'un vin, identification de boissons, choix de vins, quiz), Lyon a aussi brillé : Léa Perret, caviste au magasin Nicolas des Jacobins (rue de l'Ancienne Préfecture, Lyon 2e), a, en effet, reçu le titre de meilleure jeune caviste de France 2022.

Une belle récompense pour celle qui a réussi à arriver en finale, alors que 400 cavistes étaient sur la ligne de départ pour la présélection de ce concours, ayant lieu tous les deux ans.

Léa Perret est caviste au magasin Nicolas des Jacobins. Photo d'archives @14septembre

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

www.lyoncapitale.fr

Famille du média : **Médias régionaux (hors PQR)**
Audience : **552917**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

18 Octobre 2022
Journalistes : **NOLWENN JAUMOUILLÉ**
Nombre de mots : **1857**

Visualiser l'article

La meilleure jeune caviste de France est lyonnaise

A l'issue d'une finale ardue, le jury du concours qui s'est tenu les 16 et 17 octobre a décerné le titre à Léa Perret, 26 ans.

La finale du Concours du Meilleur Caviste de France, organisé par le Syndicat des Cavistes Professionnels, se déroulait au Grand Hôtel d'Avignon ce weekend. L'objectif, départager les 8 candidats en lice au cours de quatre épreuves. Parmi eux, Léa Perret, 26 ans, qui co-gère la boutique Nicolas sur la Place des Jacobins à Lyon (2e) depuis un peu moins d'un an, était la seule représentante du département du Rhône. Elle en a porté haut les couleurs en remportant à l'issue du weekend le titre de "Meilleur jeune Caviste de France", qui lui a été remis dans le Palais des Papes d'Avignon.

close
volume_off

C'est David Morin, du Val-de-Marne, qui a été sacré meilleur caviste, suivi d'Alexis Zaouk et Laëticia Gautheron sur 400 prétendants au titre à l'origine.

Prix Rabelais des jeunes talents de la gastronomie

Pour atteindre la finale, Léa Perret avait passé haut la main un premier test de connaissances puis brillé lors d'une épreuve de

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

dégustation. La jeune femme n'en était toutefois pas à son coup d'essai : elle avait tenté en 2020 sa chance et s'était alors hissé dans le Top 40 des meilleurs cavistes.

Ce n'est pas non plus son premier coup d'éclat : en janvier dernier, Léa Perret s'était également vu remettre à l'Elysée, des mains d'Emmanuel Macron, le prix Rabelais des jeunes talents de la gastronomie.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367570968
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Télévision FRA

BFM LYON

Bonsoir Lyon

19 Octobre 2022
Durée de l'extrait : **00:08:00**
Heure de passage : **17h17**
Disponible jusqu'au :
19 Avril 2023

EP **Elodie POYADE**

Résumé: L'invitée de Bonsoir Lyon - Léa Perret, caviste au Nicolas Lyon, a remporté le titre de meilleure jeune caviste de France 2022, lors de la finale du concours, organisée, ce lundi 17 octobre, par le Syndicat des Cavistes Professionnels. Itw de celle-ci.

Famille du média :
TV Régionales
Horaire de l'émission :
17:00 - 18:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Actualités-Infos Générales

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220282003

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

www.mon-viti.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **15597**
Sujet du média : **Agroalimentaire-Agriculture**

19 Octobre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **205**

Visualiser l'article

David Morin sacré Meilleur caviste de France 2022

Le titre de « Meilleur caviste de France 2022 » vient d'être remis à David Morin. Ce caviste, à la tête de la Cave de Villiers sur Marne (Val-de-Marne), avait remporté en 2020 la médaille de bronze.

Parmi les 43 candidats qualifiés**, les huit finalistes se sont affrontés les 16 et 17 juin derniers à Avignon** dans le cadre de ce **Concours du Meilleur Caviste de France** organisé par Terre de vins.

« *Les huit finalistes ont dû se prêter à plusieurs épreuves, parmi* ***lesquelles une épreuve à l'aveugle de dégustation de cinq liquides, une simulation de vente-conseil, un grand oral de présentation d'un vin et un quiz de rapidité de 40 questions*** *pour tester leurs connaissances. En amont de cette journée, les finalistes ont également reçu* ***la visite d'un client mystère****, qui a filmé son passage dans chacune des caves* », expliquent les représentants du Concours.

Le **Palmarès 2022** récompense aussi **Alexis Zaouk** de la cave d'Alex (Hauts-de-Seine) avec le titre de « Caviste d'argent 2022 », **Laëtitia Gautheron** de la cave Le vingt-deux (Seine-Saint-Denis) avec le « Caviste de bronze 2022 » et **Léa Perret** de la **cave Nicolas** Lyon Jacobins (Rhône) comme « Meilleur jeune caviste de France 2022 ».

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **95992**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

19 Octobre 2022
Journalistes : **Alexandre Abellan**
Nombre de mots : **433**

www.vitisphere.com

Visualiser l'article

David Morin remporte le titre de meilleur caviste de France

Valorisant le métier de conseil, la cinquième compétition du Syndicat des Cavistes Professionnels (SCP) récompense 4 professionnels sur les 43 qualifiés cette édition.Valorisant le métier de conseil, la cinquième compétition du Syndicat des Cavistes Professionnels (SCP) récompense 4 professionnels sur les 43 qualifiés cette édition.

Les quatre vainqueurs remportent comme trophée un vase en cristal de la maison Lalique. - crédit photo : SCP (Adrien Viller)

C
aviste à Villiers-sur-Marne (Val-de-Marne), David Morin (38 ans) s'est imposé face à sept autres finalistes durant les épreuves du Concours du Meilleur Caviste de France, organisé par le Syndicat des Cavistes Professionnels (SCP) ces dimanche 16 et lundi 17 octobre au Grand Hôtel d'Avignon (Vaucluse). Ayant remporté le bronze en 2020, le caviste francilien indique dans un communiqué avoir relevé le défi d'une préparation conséquente : *« notre métier évolue constamment, on doit apprendre tous les jours, se remettre le nez dans les livres, revoir les législations. Avec le concours, c'était le moment de se remettre en selle ! »* De formation viticulture-oenologie, comme il l'indiquait en 2020 à *Terre de Vins* (partenaire du trophée), David Morin s'est installé en 2018 à Villiers-sur-Marne.

Pour cette cinquième édition*, le concours professionnel a départagé 43 qualifiés (membres du SCP), qui ont été présélectionnés en ligne en mai, puis se sont départagés en septembre (épreuves théoriques et pratiques). Après de nouvelles épreuves de connaissances, de dégustation et d'accueil (un client mystère est venu dans chaque cave finaliste), le podium 2022 est complété par Alexis Zaouk (La Cave d'Alex à Nanterre) et Laëtitia Gautheron (Le Vingt-Deux à Montreuil). Le titre de meilleur jeune caviste (de moins de 30 ans) est décerné à Léa Perret (cavistes Nicolas des Jacobins à Lyon).

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Cette finale était parrainée par la comédienne Julie Gayet, qui indique dans un communiqué *que « comme les petits libraires, les cavistes dispensent un conseil fondamental pour aiguiller le client. L'un comme l'autre sont les promoteurs de la découverte de pépites, qu'il s'agisse d'auteurs ou de producteurs de vins ou alcools. Je ne connaissais pas le Concours du Meilleur Caviste de France, je trouve que c'est une excellente initiative pour défendre ce métier de proximité et les compétences qu'il nécessite, que ce soit en termes de connaissances, de conseil ou de lien humain. »*

* : La première édition date de 2014 (remportée par Stéphane Alberti, suivi en 2016 par Philippe Schlick, en 2018 par Cyril Coniglio, en 2020 par Matthieu Potin). Un titre de "Meilleur Caviste de France Honoris Causa" a été décerné à Patrick Jourdain, le président du SCP.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367591841
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LA DÉPÊCHE du Midi

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **640000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **20 octobre 2022 P.15**

Journalistes : **S.V.**

Nombre de mots : **154**

Le caviste toulousain perd en finale

On sent beaucoup de déception dans sa voix. Le Toulousain Philippe Carragoso, co-gérant de la boutique Nicolas, place Victor-Hugo, n'a pas remporté le concours du meilleur caviste de France qui s'est tenu, lundi, à Avignon. Philippe Carragoso était en finale avec sept autres candidats. « Il y avait beaucoup de tension et de stress mais c'était une expérience fabuleuse ». Philippe Carragoso s'était beaucoup investi dans la préparation de ce concours, « mon épouse m'a aidé à m'entraîner, j'ai passé beaucoup de temps à réviser, donc je suis assez déçu même si je suis classé dans les huit meilleurs de

Philippe Carragoso./DDM

France, je voulais vraiment réussir ». Aussi, il pourrait bien se représenter. Lors de cette compétition, le caviste se réjouit d'avoir reçu le soutien de nombreux Toulousains. « Certains sont même venus dans la boutique pour m'encourager, c'était vraiment gentil ».

S.V.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LADEPECHE.fr

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **8576494**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

20 Octobre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **452**

www.ladepeche.fr

Visualiser l'article

Concours du meilleur du caviste de France : le caviste toulousain perd en finale

En finale du concours du meilleur caviste de France, Philippe Carragoso n'a pas réussi à remporter le titre. Il nous confie sa déception.

On sent beaucoup de déception dans sa voix. Le Toulousain Philippe Carragoso, co-gérant de la boutique Nicolas, la place Victor-Hugo, n'a pas remporté le concours du meilleur caviste de France qui s'est tenu, lundi, à Avignon. Philippe Carragoso, qui était en finale avec sept autres candidats, ne finit malheureusement pas sur le podium.

«C'était assez difficile, il y avait beaucoup de tension et de stress mais c'était une expérience fabuleuse», avoue le caviste toulousain. «Je pense avoir réussi certaines épreuves et d'autres un peu moins», poursuit-il. Notre candidat a été désarçonné par l'épreuve de vente en boutique. «Il fallait composer le menu d'un buffet dînatoire pour 200 personnes à l'occasion du lancement d'un film avec Julie Gayet. Pour cela, on disposait de 7 minutes. On ne s'attendait pas à ce type d'épreuve mais plutôt à un accord mets-vins classique», glisse Philippe Carragoso. Le quiz de connaissances était aussi particulièrement difficile. «Sur 40 questions, le meilleur d'entre nous a obtenu 15 bonnes réponses», précise le Toulousain.

Philippe Carragoso s'était beaucoup investi dans la préparation de ce concours, «mon épouse m'a aidé à m'entraîner, j'ai passé beaucoup de temps à réviser, donc je suis assez déçu même si je suis classé dans les huit meilleurs de France, je voulais vraiment réussir».

Le gagnant de cette édition a fini troisième lors de la précédente compétition, aussi Philippe Carragoso pourrait bien se représenter. «Je constate qu'avoir déjà vécu cette expérience aide énormément alors que cette fois, c'était vraiment une découverte.»

Lors de cette compétition, le caviste se réjouit d'avoir reçu le soutien de nombreux Toulousains. «Certains sont même venus dans la boutique pour m'encourager, c'était vraiment gentil», conclut-il.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Philippe Carragoso s'était beaucoup investi dans la préparation de ce concours, «mon épouse m'a aidé à m'entraîner, j'ai passé beaucoup de temps à réviser, donc je suis assez déçu même si je suis classé dans les huit meilleurs de France, je voulais vraiment réussir».

Le gagnant de cette édition a fini troisième lors de la précédente compétition, aussi Philippe Carragoso pourrait bien se représenter. «Je constate qu'avoir déjà vécu cette expérience aide énormément alors que cette fois, c'était vraiment une découverte.»

Lors de cette compétition, le caviste se réjouit d'avoir reçu le soutien de nombreux Toulousains. «Certains sont même venus dans la boutique pour m'encourager, c'était vraiment gentil», conclut-il.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Du 21 au 27 octobre 2022 P.11**
Journalistes : **Emmanuel Brugvin**
Nombre de mots : **169**

PEOPLE

David Morin, meilleur caviste de France 2022

FRANCE

David Morin, propriétaire de la Cave de Villiers-sur-Marne, située dans la ville éponyme, remporte la 5e édition du concours du Meilleur caviste de France, organisé toutes les années paires depuis 2014 par le Syndicat des cavistes professionnels (SCP). Cet indépendant est riche de 10 d'expérience en cave en tant que technicien viti-œno dans le Bordelais, en Australie et en Nouvelle-Zélande, après un BEP, un bac pro et un BTS, puis de 7 ans comme chef des vins chez Hédiard. Les autres primés sont : **Alexis Zaouk** pour l'argent (La Cave d'Alex à Nanterre) et **Laëtitia Gautheron** pour le bronze (Le Vingt-Deux à Montreuil). Quant à **Léa Perret**, 26 ans, du magasin Nicolas à Lyon Jacobins, elle devient la meilleure jeune caviste de France. Les autres finalistes, sélectionnés parmi 300 candidats, étaient **Laëtitia Coniglio** (Rhône Magnum à Pont-de-l'Isère), **Sylvain Guillet** (Aux Grands Vins de France à Montpellier), **Maxime Paon** (Hopla Vins à Munster) et **Philippe Carragoso** (magasin Nicolas à Toulouse). ■

Emmanuel Brugvin

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

La Provence

Famille du média : **PQR/PQD**
(Quotidiens régionaux)

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **510000**

Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **23 octobre 2022 P.7**

Journalistes : **M.-H.C.**

Nombre de mots : **288**

Rue du commerce

BOULEVARD MIRABEAU

Une boutique Nicolas ouvre ses portes

Le plus vieux caviste de France, qui fête ses 200 ans cette année, vient d'ouvrir le 13 octobre une grande boutique à Manosque. Il y a près de 600 boutiques sur le territoire français avec un seul principe : une sélection par les œnologues de Nicolas pour aboutir au plus juste rapport qualité -prix.

On y trouve donc vins, spiritueux, champagnes, bières pour les occasions festives (à consommer avec modération) et un petit rayon épicerie fine. Mais les vins locaux sont aussi bien représentés puisque les gérants gardent une latitude sur la sélection, comme le Domaine de La Blaque, le Château Saint Jean, le Domaine des Bergeries, Domaine Lou Roucas, les Coteaux d'Aix. La boutique, tenue par Bilitis et William, est sobre et chic. Le lieu met en valeur les produits et la gamme de prix commence à 3 euros. L'accueil est chaleureux, *"les clients viennent chez nous pour le petit plus, le conseil qu'apporte l'engagement de Nicolas"*, explique Bilitis.

L'autre plus de la boutique, ce sont les animations autour d'un thème, il y en a une dizaine par an environ. Actuellement, les vins engagés sont à l'honneur (engagés pour l'environnement, sur le prix ou biologiques). Les champagnes seront à l'honneur le mois prochain pour les fêtes de fin d'année. Enfin, la boutique développe aussi les coffrets-cadeaux pour les comités d'entreprise et en assure la livraison. L'inauguration officielle est prévue le vendredi 4 novembre !

M.-H.C.

Au 9 boulevard Mirabeau. Ouverture du lundi au samedi de 9 h 30 à 19 h 30 et le dimanche de 9 h 30 à 12 h 30. ✆ 09 73 89 49 18.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4085293600508

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **281267**
Sujet du média : **Banques-Finance**

22 Octobre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **315**

www.francetransactions.com

Visualiser l'article

Léa Perret est sacrée Meilleure jeune caviste de France 2022

© stock.adobe.com

Félicitations à Léa Perret, l'étoile montante de la Maison Nicolas, sacrée Meilleure jeune caviste de France 2022

Meilleure jeune caviste de France 2022

Organisé depuis 2014 par les cavistes membres du Syndicat des Cavistes professionnels, la finale du concours du Meilleur Caviste de France 2022 a eu lieu le 17 octobre 2022 au Palais des Papes à Avignon. Cet évènement a pour objectif de valoriser le métier de cavistes par sa diversité et générer une cohésion autour de ce moment incontournable.

Léa Perret

Passionnée par le vin, c'est depuis 2019 que Léa Perret travaille au sein de la Maison Nicolas, avec laquelle elle partage son expertise dans le vin. C'est autour des valeurs de qualité et de partage, qu'elle a débuté en tant que caviste indépendante, vendeuse et responsable de cave à Paris. Par la suite, elle a rejoint, Lyon, sa ville d'origine. Aujourd'hui, gérante de la cave Lyon Jacobins dans le centre-ville de Lyon, c'est au sein de sa boutique que Léa brille et fait rayonner son savoir-faire dans le vin.

Après une première participation en 2020, c'est aux portes de la demi-finale que Léa a été stoppée dans son élan pour des raisons liées à la COVID. Plus qu'une récompense, le concours du meilleur caviste a pour objectif de mettre en lumière les connaissances des cavistes, leur savoir-faire et leur relationnel.

En janvier 2022 à l'Elysée, Léa Perret a eu l'honneur de recevoir des mains du Président de la République, le trophée des Rabelais des Jeunes Talents de la Gastronomie. C'est avec fierté que Léa Perret partageait les valeurs de la Maison Nicolas et

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

que le titre de Meilleure jeune caviste de France lui a été attribué.

« Si j'étais un vin, je serais un Champagne en Brut nature, précis, entier et pétillant » Léa Perret

CASTELNICOLAS2 - CISION 367675087
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

www.lyon-entreprises.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **44968**
Sujet du média : **Economie - Services**

24 Octobre 2022
Journalistes : **Dominique Largeron**
Nombre de mots : **226**

Visualiser l'article

La « Meilleure jeune caviste de France » 2022 est lyonnaise : Léa Perret

Gérante de la cave Lyon-Jacobins de l'enseigne spécialisée Nicolas, Léa Perret multiplie les distinctions.

Elle a été sacrée le 17 octobre 2022 au Palais des Papes à Avignon à l'issue de la finale du concours du Meilleurs Caviste de France organisé par les cavistes membres du Syndicat des cavistes professionnels.

Un évènement qui a pour objectif de valoriser le métier de caviste.

Près de 400 cavistes étaient en lice lors de ce concours !

Passionnée par le vin, Léa Perret travaille depuis 2019 au sein du **caviste Nicolas.**

Elle a débuté en tant que caviste indépendante, vendeuse et responsable d'une cave à Paris avant de rejoindre Lyon, sa ville d'origine.

Elle est aujourd'hui, gérante de la cave Lyon Jacobins dans le centre-ville.

Après une première participation en 2020, c'est aux portes de la demi-finale que Léa avait été alors stoppée dans son élan pour des raisons liées au Covid. Cette fois est donc la bonne.

Ce n'est pas son premier coup d'essai : en janvier dernier, à l'Elysée, Léa Perret avait déjà reçu des mains du Président de la République, le trophée des Rabelais des Jeunes Talents de la Gastronomie.

« Si j'étais un vin, je serais un Champagne en Brut nature, précis, entier et pétillant », fait savoir Léa Perret...

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LE PROGRÈS

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **3300667**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

27 Octobre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **183**

www.leprogres.fr

Visualiser l'article

Léa Perret, meilleure caviste de France : « Chez mes parents, personne ne buvait de vin »

Auréolée du titre de meilleure caviste de France jeunes, il y a dix jours à Avignon, Léa Perret a repris son activité de co-gérante de la boutique Nicolas, place des Jacobins, dans le 2e arrondissement de Lyon. Si son quotidien n'a pas vraiment changé, cette distinction lui offre une vraie reconnaissance du milieu.

A l'angle de rue de Brest et de la place des Jacobins, difficile de passer à côté de la petite **boutique Nicolas**, spécialisée dans la vente de vins. Rayons de cuvées classées par régions bien achalandés, prix raisonnables, coups de coeur mis en valeur, cette cave co-gérée par Jean-Charles Monier et Léa Perret, a de quoi séduire la clientèle.

Depuis une dizaine de jours, ces mêmes clients peuvent être conseillés par la meilleure caviste de France, catégorie jeunes. Léa Perret, 26 ans, a remporté ce titre prestigieux le 17 octobre dernier à Avignon...

Léa Perret avec Jean-Charles Monier, ils cogèrent la boutique Nicolas, place des Jacobins à Lyon. Photo Progrès /Georges SANTOS

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367735356

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367735356

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Le Télégramme

www.letelegramme.fr

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **2361443**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

27 Octobre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **112**

Visualiser l'article

Une nouvelle équipe à la cave Nicolas, à Lorient

Karine Guénot et Rémi Sabot, tous les deux sommeliers diplômés, viennent de reprendre la cave Nicolas au 1, rue de la Patrie, à Lorient. La marque, qui compte 500 boutiques en France, a été créée en 1822 et célèbre aujourd'hui ses deux siècles d'existence.

Présente à Lorient depuis 2009, elle propose ici plus de 600 produits référencés : des vins de tous les pays, des champagnes, bières, produits locaux (chouchen, pastis breton...). « Une large sélection de vins blancs et rosés est disponible au frais pour les occasions de dernière minute », souligne Rémi Sabot.

Pratique

Ouvert tous les jours, sauf le dimanche, de 10 h à 19 h 30. Tél : 02 97 21 96 76.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Haute Provence info

Famille du média : **Médias régionaux (hors PQR)**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **22712**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **Du 28 octobre au 03 novembre 2022 P.11**

Journalistes : **Guillaume MESSIEN**

Nombre de mots : **406**

QUOI DE NEUF ?
« NICOLAS » S'IMPLANTE À MANOSQUE

Comme annoncé dans notre édition datée du 14 au 20 octobre, le centre-ville de Manosque voit de nombreuses ouvertures de commerces et d'enseignes ces derniers mois. La dernière en date, la Cave « Nicolas », installée dans les anciens locaux de l'agence immobilière Laforêt au 9, Boulevard Mirabeau (à l'angle de la place de la plaine). Propriétaire du local commercial depuis 2014, William Habert s'est associé à Bilitis Sarica *« pour unir leur force dans l'ouverture de la franchise »*, bien connue à travers tout le pays, et qui n'était pas encore présente sur la cité de Giono. Comme l'expliquent les deux associés, *« Nicolas est une enseigne plus que reconnue dans ce secteur, et pour nous il était important de pouvoir se rapprocher d'une telle entité pour ouvrir notre cave. Ils ont une grande notoriété, une philosophie bien à eux, un catalogue de produits très importants, puisque nous avons aussi bien des vins à 3,50 euros qu'à plusieurs centaines d'euros. Nous avons des vins de qualité accessibles à toutes les bourses »*.

Ainsi, la cave « Nicolas » de Manosque propose plus de 700 références en magasin, *« entre rouge, blanc, rosé, spiritueux, champagnes... sans compter le catalogue numérique de l'enseigne qui nous permet de proposer plus de 2000 références à nos clients »*. Un plus incontestable pour le nouveau commerce, qui a ouvert ses portes le 13 octobre dernier, et sera ouvert du lundi au samedi de 9h à 20h, non-stop, et aussi le dimanche matin. Petit plus pour les clients qui ne pourraient se déplacer en boutique, *« nous proposons un service de livraison sur Manosque »*, ajoutent les gérants de l'établissement. A l'heure de se lancer, Bilitis Sarica et William Habert ont tenu aussi *« à travailler avec les domaines locaux. Nous avons participé aux vendanges de plusieurs d'entre-eux comme aux Bergeries chez Jean-Luc Monteil. On tient à aller à leur rencontre, connaître leurs manières de travailler, leur histoire... On ne vend pas qu'un vin. On vend aussi un terroir, un domaine, une histoire... On tient ainsi à s'imprégner de leurs spécifités »*.

Après leur ouverture récente, une soirée inaugurale aura lieu le vendredi 4 novembre en présence d'élus, professionnels, chefs d'entreprises et acteurs de Manosque et des Alpes-de-Haute-Provence.

Guillaume MESSIEN

Renseignements au 06 16 88 39 98 ou par mail à https://www.nicolas.com/fr/magasins/MANOSQUE/s/00144513.html

Cette rubrique vous intéresse : contacter publicite@hauteprovenceinfo.com

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LE PROGRÈS

Famille du média : **PQR/PQD**
(Quotidiens régionaux)

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **794000**

Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **28 octobre 2022 P.21**

Journalistes : **Georges SANTOS**

Nombre de mots : **554**

LYON 2E

Léa Perret, cette lyonnaise meilleure caviste de France

Léa Perret et Jean-Charles Monier cogèrent la boutique Nicolas, place des Jacobins à Lyon. Photo Progrès/Georges SANTOS

Auréolée du titre de meilleure caviste de France jeunes, il y a dix jours à Avignon, Léa Perret a repris son activité de cogérante de la boutique Nicolas, place des Jacobins, dans le 2e arrondissement de Lyon. Si son quotidien n'a pas vraiment changé, cette distinction lui offre une vraie reconnaissance du milieu.

A l'angle de rue de Brest et de la place des Jacobins, difficile de passer à côté de la petite boutique Nicolas, spécialisée dans la vente de vins. Rayons de cuvées classées par régions bien achalandés, prix raisonnables, coups de cœur mis en valeur, cette cave cogérée par Jean-Charles Monier et Léa Perret, a de quoi séduire la clientèle.

Depuis une dizaine de jours, ces mêmes clients peuvent être conseillés par la meilleure caviste de France, catégorie jeunes. Léa Perret, 26 ans, a remporté ce titre prestigieux le 17 octobre dernier à Avignon pour sa première participation : « Ce concours, je l'ai pris comme une forme de challenge, une façon aussi de me mesurer à d'autres confrères ».

Après s'être qualifiée avec brio lors de la phase régionale, il y a un mois, la jeune Lyonnaise, originaire du Bugey, a récidivé en finale en passant avec succès les cinq épreuves au programme. « À Avignon, il y avait quatre épreuves sur place », explique-t-elle. « Nous avions d'abord un grand oral où nous devions parler d'un coup de cœur vin. Puis une dégustation à l'aveugle de 5 produits, une simulation de vente et un quiz pour tester nos connaissances sur le vin ». En amont de la finale, les finalistes ont reçu un client mystère dans leur cave, filmé en caméra caché.

Cette distinction vient récompenser le parcours d'une jeune femme très vite attirée par le monde du vin. Partie de Loyettes (Ain) pour faire une année en faculté de droit à Lyon, Léa Perret a bifurqué vers des études d'œnologie en optant pour un BTS en alternance chez Nicolas pendant deux ans. « J'avais depuis longtemps une appétence pour tout ce qui touche à la dégustation, notamment la gastronomie. L'histoire du vin et des vins m'intéressait aussi beaucoup », confie-t-elle avant de préciser : « Et pourtant chez mes parents, personne ne buvait de vin ».

« C'est aussi une belle reconnaissance pour la boutique

Son diplôme en poche, Léa Perret trouve un emploi chez un caviste indépendant, tout en complétant son enrichissement personnel par des formations sur la vinification et la sommellerie, avant de revenir définitivement chez Nicolas, place des Jacobins. « Aujourd'hui avec Jean-Charles, nous assurons la gestion de la cave (stocks et services clients), de la formation des étudiants, et de la sélection des produits chez Nicolas, surtout la région Rhône-Alpes », explique-t-elle.

Mais pas question pour la jeune Lyonnaise de quitter, son activité à Lyon après ce titre : « C'est aussi une belle reconnaissance pour la boutique. D'ailleurs depuis ce trophée nous avons eu un peu plus de clients », déclare Léa, « cela peut m'ouvrir certaines portes à l'avenir, mais pour l'instant je suis très bien ici, avec Jean-Charles, nous avons plein de choses à développer ».

Georges SANTOS

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6008593600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Médias régionaux (hors PQR)**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **12000**

Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **27 octobre 2022 P.12**

Journalistes : **Emmanuel Brugvin**

Nombre de mots : **775**

AVIGNON - OENOLOGIE

Le meilleur caviste de France sacré au Palais des Papes

Le Palais des Papes est, cette année, le théâtre de la remise des prix du Meilleur caviste de France. L'événement clôt la finale de cette compétition entre les huit finalistes au Grand Hôtel d'Avignon, qui s'est déroulée toute la journée du lundi 17 octobre.

David Morin (en médaillon), grand gagnant du prix Meilleur caviste de France, primé au Palais des Papes. (Photo E. B.)

La cinquième édition de l'élection du meilleur caviste de France, opération organisée tous les deux ans par le Syndicat des cavistes professionnels, a réuni les plus brillants éléments de cette profession en pleine expansion depuis 15 ans. Aimés des Français, les chiffres d'affaires des cavistes font partie de ceux qui ont le plus augmenté pendant les confinements. L'édition 2022, soutenue par Philippe Pellaton, président d'Inter Rhône, a vu s'affronter des candidats qui travaillent toute la semaine dans leur magasin indépendant ou franchisé et qui préparent la compétition avec la même intensité que des athlètes sélectionnés pour les Jeux olympiques. Le vainqueur, David Morin, arrivé troisième lors de la précédente édition, s'était remis immédiatement à l'entraînement pour le trophée 2022. « *J'ai passé une grande partie de ces deux années à me tenir au courant de l'actualité sur les réseaux sociaux, dans les salons et chez des vignerons, là où sont les connaisseurs du métier* », déclare ce passionné. Ce caviste compte déjà 10 ans d'expérience de technicien en viticulture et œnologie dans des domaines du Bordelais, en Australie et Nouvelle-Zélande, après un BEP, un bac pro, puis un BTS. David Morin aura assuré, ensuite, pendant sept ans, la responsabilité de chef des vins chez Hédiard, la célèbre épicerie ultra haut de gamme parisienne. Un sacré CV !

Succession d'épreuves

La compétition est longue et impitoyable. Organisé depuis deux ans par le journal Terre de Vins, les épreuves commencent au printemps par un copieux questionnaire accessible une heure seulement en ligne. Sur 300 cavistes professionnels inscrits, cette première sélection qualifie 40 candidats qui se retrouvent pour la demi-finale au Château Belgrave, près de Bordeaux, en septembre. Après une épreuve écrite sur les connaissances métiers, chaque candidat doit présenter trois boissons parmi des vins français et étrangers, des bières, des cidres, des spiritueux. Mission : les caractériser, les situer en prix et les associer à un instant de consommation.

Seuls huit finalistes restent en lice pour Avignon, sous l'œil d'un jury d'exception constitué des vainqueurs des précédentes éditions depuis 2014. Dès le petit matin, les compétiteurs affrontent une première épreuve avec cinq minutes de préparation, puis cinq minutes d'évaluation sur la pertinence des éléments de langage pour convaincre un acheteur. Les candidats enchainent une épreuve à l'aveugle, où seul sur la sellette, chacun dispose d'une minute et 30 secondes pour l'identifier cinq liquides, proposer le meilleur accord avec un mets et trouver leur prix.

Connaissance parfaite

L'après-midi débute avec une question très professionnelle. Lors de l'année 2020, les candidats ont planché sur le cas suivant : « *un père entre dans votre magasin avec un budget de 150 € pour fêter la réussite de sa fille à un prix, que lui proposez-vous ?* ». Pour l'année 2022, la marraine de l'édition étant l'actrice Julie Gayet, la question est « *que proposez-vous pour l'organisation d'un cocktail de 200 personnes pour fêter la sortie d'un film ?* ».

Ultime épreuve, un quiz. Tous se retrouvent sur scène, ardoise et feutre en main, pour une succession de 40 questions sur les produits régionaux et 10 secondes pour y répondre. Le premier qui trouve la bonne réponse remporte le point. Les épreuves se terminent devant un grand écran. Les candidats se voient, pour la première fois, filmés en caméra cachée par un client mystère dans leur magasin. Chaque vidéo fut attentivement scrutée et notée la veille par le jury.

Accélérateur de carrière

Si l'ensemble des candidats s'avèrent être des passionnés par leurs métiers et leurs produits, cette compétition leur permet de booster leur carrière professionnelle. Installé en 2018 en location dans un petit local de 55 m², David Morin, a bénéficié, avec sa troisième place en 2020, de l'intérêt des banques pour acheter un établissement trois fois plus grand en 2021. « *Ce prix accéléré de 10 ans ma carrière professionnelle* ». Son magasin de Villiers-sur-Marne renforce, aujourd'hui, sa place de référent des vins et spiritueux sur l'Est de région parisienne.

Emmanuel Brugvin

Palmarès

Or : David Morin, La Cave de Villiers sur Marne, Villiers-sur-Marne
Argent : Alexis Zaouk, La Cave d'Alex, Nanterre
Bronze : Laetitia Gautheron, le Vingt-Deux à Montreuil
Meilleure jeune caviste : Léa Perret (26 ans), Nicolas, Lyon-Jacobins
Autres finalistes, Laetitia Coniglio, Rhône Magnum (Pont-de-l'Isère), Sylvain Guillet, Aux Grands Vins de France (Montpellier), Maxime Paon, Hopla Vins (Munster) et Philippe Carragoso chez Nicolas.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0899593600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

lejournal DE SAÔNE-ET-LOIRE

www.lejsl.com

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **878525**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

28 Octobre 2022
Journalistes : **Georges SANTOS**
Nombre de mots : **208**

Visualiser l'article

Léa Perret, meilleure caviste de France : « Chez mes parents, personne ne buvait de vin »

Auréolée du titre de meilleure caviste de France jeunes, il y a dix jours à Avignon, Léa Perret a repris son activité de co-gérante de la boutique

Nicolas, place des Jacobins, dans le 2e arrondissement de Lyon. Si son quotidien n'a pas vraiment changé, cette distinction lui offre une vraie reconnaissance du milieu.

A l'angle de rue de Brest et de la place des Jacobins, difficile de passer à côté de la petite **boutique Nicolas**, spécialisée dans la vente de vins. Rayons de cuvées classées par régions bien achalandés, prix raisonnables, coups de coeur mis en valeur, cette cave co-gérée par Jean-Charles Monier et Léa Perret, a de quoi séduire la clientèle.

Depuis une dizaine de jours, ces mêmes clients peuvent être conseillés par la meilleure caviste de France, catégorie jeunes. Léa Perret, 26 ans, a remporté ce titre prestigieux le 17 octobre dernier à Avignon pour sa première...

Léa Perret avec Jean-Charles Monier, ils cogèrent la boutique Nicolas, place des Jacobins à Lyon. Photo Progrès /Georges SANTOS

Article avec accès abonnés
http://www.lejsl.com/economie/2022/10/27/lea-perret-meilleure-caviste-de-france-chez-mes-parents-personne-ne-buvait-de-vin

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367753350

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

SECTEUR DU VIN ET DES CAVISTES

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

DÉCISION boissons
L'hebdomadaire des décideurs du monde des liquides

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Agroalimentaire-Agriculture
Economie-Services

Edition : **30 septembre 2022**
P.2-3
Journalistes : **Aurélien Peyramaure**
Nombre de mots : **791**

people

PEOPLE

À l'occasion du 70e annivaire de la Cave de Beblenheim, *Décision Boissons* s'est entretenu avec son directeur général Philippe Wiederhirn. La cave, comptant 45 salariés, est spécialisée dans les vins et crémants d'Alsace.

Décision Boissons (DB) : Pouvez-vous nous présenter la Cave de Beblenheim ?
Philippe Wiederhirn (PW) : La Cave de Beblenheim a été fondée en 1952. Le 20 septembre dernier, nous avons fêté nos 70 ans jour pour jour. Nous regroupons deux sites. Un à Beblenheim (68) avec environ 350 ha de vignoble répartis sur plusieurs communes avec environ 120 vignerons. Un deuxième site à Dorlisheim (67) où nous avons seulement un pôle de pressurage avec 170 ha de vignes sous contrat qui représentent une cinquantaine de vignerons. Nous avons globalement 520 ha de vignoble sur les deux sites. Et nous commercialisons environ 6 millions de bouteilles, dont 40 % à l'export. Nous sommes leaders en Alsace sur les Pays-Bas, la Suisse et l'Italie. Les États-Unis représentent également un marché important. Nous avons par ailleurs une société de négoce, la Maison Pierre Sparr Successeurs, reprise par la cave en 2009. Elle possède sa propre gamme de vins, sur un positionnement un peu plus premium par rapport à la cave. Il s'agit d'une source complémentaire d'approvisionnement en raisin pour la cave. Nous vendons un peu plus de 25 % de nos volumes en crémant d'Alsace.

DB : Quels sont vos différents canaux de distribution et vos marchés ?
PW : Nous disposons de deux points de vente : un caveau attenant au chai et un magasin situé sur la route des vins. Nous avons aussi un réseau de grossistes qui distribue davantage aux CHR parce qu'en direct, nous en faisons très peu. Nous avons quelques cavistes, comme Nicolas, mais qui ne représentent, malheureusement, pas suffisamment de parts de marché. Nous sommes par ailleurs très présents en grande distribution. Système U constitue notre plus gros client. La vente directe, via nos points de vente et par correspondance, représente un peu moins de 10 % de notre chiffre d'affaires. Nous réalisons entre 5 et 10 % avec les cavistes. Les CHR représentent environ 5 %. Le reste correspond à la grande distribution. Nous aimerions bien développer le secteur CHR avec le lancement de nos nouvelles gammes qui ont fait l'objet de la promotion faite pour nos 70 ans.

DB : Quelles sont ces nouvelles gammes ?
PW : Ce sont des habillages spécifiques. Avant, nous communiquions sur le réseau des particuliers avec une marque qui s'appelait Heimberger. Maintenant nous l'avons remplacée par la Cave de Beblenheim pour obtenir une visibilité plus importante parce qu'il est vrai que nous nous cachions derrière cette marque Heimberger pour ne pas mettre en avant que nous étions une cave coopérative. Aujourd'hui, être une coopérative n'est plus péjoratif. Au contraire, les gens se rendent compte que les caves coopératives ont des expertises, des savoirs, des compétences. Nous avons des certifications ISO, nous sommes en conversion sur 10 % des surfaces de notre vignoble. Nous sommes en culture raisonnée depuis 1993 et nous sommes 100 % HVE *[Haute valeur environnementale, NDLR]* depuis l'année dernière. Ce sont des gages de qualité. Nous avons donc imaginé cette gamme d'habillage spécifique pour les particuliers et les CHR et une autre pour la grande distribution. L'objectif est que la marque soit commune mais que l'habillage soit différent entre la GMS et le circuit CHR. C'est plutôt en GMS que nous aimerions développer ces gammes parce qu'aujourd'hui nous sommes sous des marques propres pour chaque enseigne. Par exemple, Baron de Hoen chez System U. Sans évidemment tout bouleverser parce que nous n'en avons pas les moyens, nous restons une petite cave, l'objectif est de pouvoir placer les produits Cave de Beblenheim en parallèle de tous ceux déjà existant. Ceci dans le but d'obtenir une visibilité plus large et faire connaître l'entreprise qui est actuellement en déficit d'image parce que nous l'avons diluée dans les différentes marques que nous pouvons proposer. Nous n'allons pas pouvoir remplacer les marques déjà présentes en GMS parce qu'elles ont un historique très fort, mais il s'agit de pouvoir proposer une gamme complémentaire pour apporter de la visibilité. Évidemment, cela ne se fera certainement pas en quelques mois ou en quelques années. Mais l'objectif est qu'à terme, Cave de Beblenheim soit distribuée bien mieux qu'aujourd'hui.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

DB : À travers ce changement de stratégie, quels sont vos objectifs ?
PW : L'objectif de la cave est clairement de se faire connaître. Si nous pouvons vendre plus, tant mieux, mais l'objectif aussi est de vendre mieux, en se créant une image de cave qualitative qui est reconnue. Ce projet est assez important, nous verrons après pour la suite.

Propos recueillis par Aurélien Peyramaure

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3621973600508

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Bordeaux.

8 Octobre 2022
Durée de l'extrait : **00:26:24**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
8 Avril 2023

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220264320

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **95992**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

11 Octobre 2022
Journalistes : **Alexandre Abellan**
Nombre de mots : **7102**

www.vitisphere.com

Visualiser l'article

Négoce 424 millions € de redressement fiscal pour le patriarche des vins Castel

Figure tutélaire du négoce français, le fondateur du troisième acteur mondial des vins est poursuivi en Suisse où le fisc ne vient que récemment de se rendre compte de l'ampleur de ses revenus non-déclarés.

S'il vaut mieux s'adresser au bon dieu qu'à ses apôtres, il vaut mieux pour le fisc suisse imposer Pierre que Jesus Castel. - crédit photo : Alexandre Abellan (Vitisphere)

D
iscrétion proverbiale, et fiscale. Cultivant la présence de ses **vins** dans les linéaires du monde entier (marques Baron de Lestac à **Bordeaux**, Kriter en Bourgogne, Roche Mazet en Languedoc, Listel en Camargue... Sans oublier les étiquettes Vieux Papes et Very Pamp, mais aussi les négoces Barton&Guestier, Barrière Frères, Patriarche... Et les **caves Nicolas**, les sites Savour et Vinatis), le négociant Castel est connu dans le vignoble pour sa grande réserve, ne commentant que rarement son *business* , et encore moins ses affaires. Et ce malgré son statut revendiqué de *« troisième acteur mondial du marché »* : avec un chiffre d'affaires de 800 millions euros pour 500 millions de bouteilles vendues par an, soit 16 cols/seconde.

Véritable mastodonte du vin, Castel était l'éléphant dans la pièce pour les services fiscaux suisses qui poursuivent son fondateur, le patriarche Pierre Castel, pour ne pas avoir déclaré ses revenus. En guise de rappel des impôts communaux, cantonaux et fédéraux, *« le fisc genevois réclame 410 millions de francs [suisses, soit 424 millions d'euros] au milliardaire Pierre Castel »* révèle le site suisse *Gothamcity* , spécialisé dans la criminalité économique. Évoquant *« le plus riche des exilés fiscaux français en Suisse »* , cet article reprend l'arrêt du 5 juillet 2022 de la Chambre administrative de la Cour de justice de Genève qui condamne Pierre Castel pour avoir *« omis d'indiquer à l'administration fiscale qu'il était à la tête du Groupe Castel et qu'il touchait d'importants dividendes via une fondation au Liechtenstein »* de 2007 à 2009 (les années précédentes étant prescrites).

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

État de fortune

Ayant quitté la France pour la Suisse en 1981, après l'élection du président socialiste François Mitterrand comme le rapport *Capital* , Pierre Castel s'est domicilié à Genève de 1990 à 2012 sous son deuxième prénom : Jesus Castel. Une identité qui n'a fait tiquer l'Administration fiscale cantonale genevoise (AFC-GE) et l'Administration fédérale des contributions (AFC) que récemment, avec l'ouverture d'une procédure de rappel d'impôt en décembre 2017. Car *« les déclarations fiscales de M. Pierre Castel différaient notablement des éléments de revenus et de fortune qui lui étaient attribués par la presse »* rapporte l'arrêt du 5 juillet dernier cité par *Gothamcity* . En reliant Jesus Castel à Pierre Castel, le fisc helvétique doit désormais imposer le fondateur du groupe de bières et vins Castel et de ses multiples *holdings* : le *« président de Cassiopée Group*, qui comportait plus de deux cent quinze sociétés à travers quarante pays. Or, son état de fortune ne mentionnait pas ces éléments »* poursuit la justice, ciblant désormais les revenus du fonds d'investissements Investment Beverage Business Fund (IBBF, basé à Singapour, le *« propriétaire ultime »* de Castel au travers d'une construction complexe rapportée par l'association Survie en juin 2021).

Refusant le qualificatif d'évasion fiscale et se défendant de tout rôle opérationnel au sein du groupe Castel lors de la procédure judiciaire, le patriarche Pierre Castel indique aux juges avoir seulement *« omis de déclarer certains éléments de revenus et de fortune entre 2007 et 2011 »* (bénéfices de 18,4 millions € en 2007 et 50,1 millions € en 2008) et ses mandataires ont *« souligné la difficulté à retrouver des documents utiles compte tenu du fonctionnement du contribuable (discussion orale, poignées de mains, "management à l'ancienne") ».* Une défense qui n'a pas convaincu l'administration fiscale suisse, qui, n'ayant pas eu de documents leur prouvant le contraire, estime que Pierre Castel avait *« conservé le contrôle du groupe du point de vue opérationnel et recevant la quasi-totalité des dividendes de la holding »* . Durant la procédure, Pierre Castel contestait *« le fait de lui attribuer tous les dividendes versés alors qu'une partie importante de ces derniers ne lui était effectivement jamais parvenue »* et estimait qu' *« il n'avait commis aucune faute, mais si une faute à sa charge devait toutefois être retenue, il ne pourrait s'agir que d'une imprévoyance légère ».*

« Les explications du recourant quant à l'absence de documents écrits, au profit de discussions orales basées sur la confiance, ne convainquent pas, au vu des montants très importants en jeu » tranche la juridiction, notant que Pierre Castel doit *« supporter les conséquences de son choix délibéré de préférer les "poignées de mains" aux pièces écrites, entraînant dès lors une impossibilité d'apporter une preuve tangible de ses allégations. »* Condamné, Pierre Castel a déposé un recours pour une partie de ces amendes et rappels d'impôt. Le Tribunal Fédéral suisse confirme à *Vitisphere* qu'il y a un recours pour ce dossier, mais ne peut communiquer plus d'informations sur ce litige.

À date de publication, le groupe Castel n'a pas donné suite aux sollicitations de *Vitisphere* .

* : Dans l'arrêt, il est rapporté les explications de Pierre Castel sur ces constructions, conçues *« afin d'assurer son indépendance et sa pérennité, ainsi que pour éviter tout conflit familial suite à une éventuelle velléité d'appropriation par un unique membre de la famille, la croissance du groupe avait été autofinancée et sa détention avait été confiée à une structure indépendante. Progressivement, les sociétés faisant partie du groupe avaient en effet été centralisées au sein de la société holding de tête »* Cassiopée à Gibraltar, puis au Liechtenstein en 1992, avant de la placer sous une holding faîtière en 2001, transférée au fonds singapourien IBBF en 2009.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Autodidacte

Dans le jugement, il est fait écho au parcours de Pierre Castel : *"issu d'une famille nombreuse modeste, il avait quitté l'école à l'âge de 11 ans et commencé à travailler comme ouvrier agricole avec son père. Il avait par la suite créé, avec ses frères et soeurs, un groupe industriel mondial spécialisé dans les boissons (production de bières, boissons gazeuses et vins), mais aussi actif dans l'huile et le sucre."* Depuis, le groupe Castel "était devenu l'un des plus importants en Europe pour le vin et en Afrique pour la bière et les boissons gazeuses".

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Les Echos

Famille du média : **PQN**
(Quotidiens nationaux)

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **710000**

Sujet du média : **Economie-Services**
Industrie

Edition : **12 octobre 2022 P.16**

Journalistes : **Frank Niedercorn**

Nombre de mots : **344**

Pierre Castel sous le coup d'un redressement de 428 millions d'euros

BOISSONS

Frank Niedercorn
— Correspondant à Bordeaux

Au-delà d'un temps pluvieux pour les vendanges, c'est surtout la météo judiciaire qui cause des soucis au groupe Castel. Son fondateur Pierre Castel, 96 ans, exilé fiscal en Suisse depuis 1981, vient de se voir infliger 415 millions de francs suisses d'arriérés fiscaux par la justice suisse, selon l'agence Bloomberg. Selon le média Gotham City, il a omis de déclarer aux services fiscaux du pays qu'il dirigeait le groupe et touchait d'importants dividendes via le Liechtenstein.

Le patriarche et sa famille pointent au dixième rang des fortunes françaises. Pierre Castel, qui est toujours, même à distance, aux commandes de son groupe, a bâti un véritable empire des boissons qui réalise un chiffre d'affaires estimé par l'hebdomadaire à 6 milliards d'euros. *« Cela n'a pas de conséquence pour le groupe puisque Pierre Castel n'est plus directement impliqué au quotidien même s'il garde un œil sur son fonctionnement »*, affirme-t-on cependant au sein du groupe Castel.

Réseau tentaculaire

Poids lourds du vin en Gironde, sa société Castel Frères affichait l'an dernier un chiffre d'affaires de 677 millions d'euros. Et ce n'est qu'une petite partie des activités du groupe qui s'est très tôt imposé sur le marché de la bière en Afrique, puis des eaux minérales et des boissons gazeuses. Le groupe détient aussi les cavistes Nicolas. L'entreprise, qui n'a jamais publié ses comptes consolidés, est organisée autour d'un réseau d'environ 250 sociétés dans une quarantaine de pays, notamment en Suisse et à Gibraltar ainsi qu'au Liechtenstein avec une fondation et à Singapour avec un trust. Malgré ces montages complexes, les autorités suisses, qui ont démarré leur enquête en 2017, ont conclu, selon Bloomberg, que Pierre Castel et sa famille restaient les principaux bénéficiaires du groupe. Une enquête a également été ouverte, début juillet à Paris, pour complicité de crimes contre l'humanité et de crimes de guerre contre une filiale du groupe accusée d'avoir soutenu financièrement des rebelles en Centrafrique. ■

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 8001583600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

L'INDEPENDANT

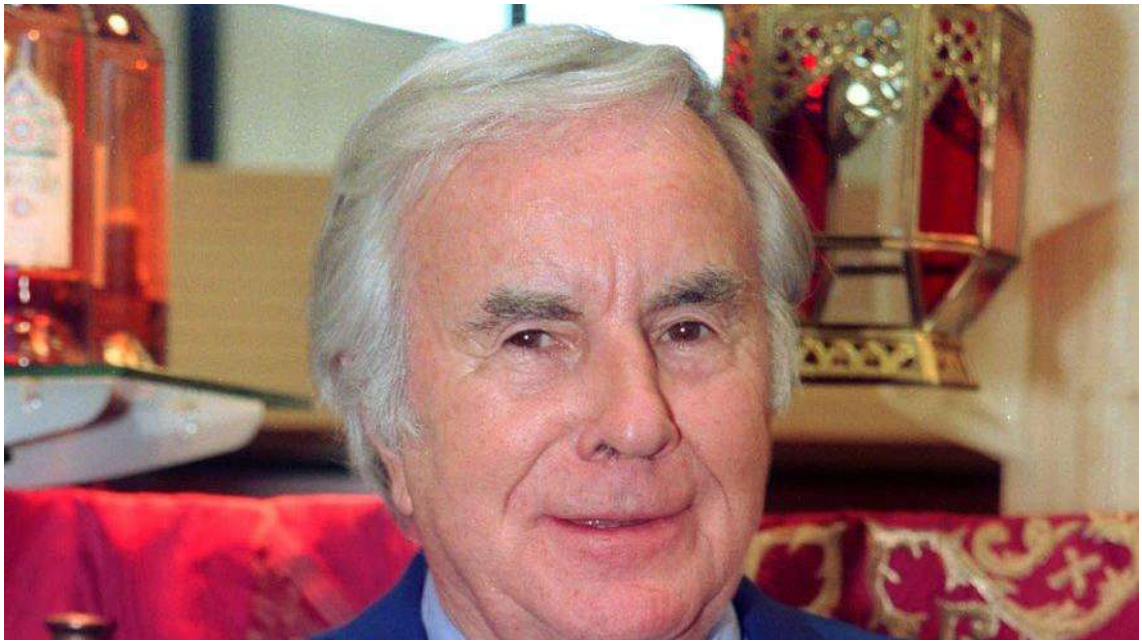
www.lindependant.fr

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **3120904**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Octobre 2022
Journalistes : **Caroline Lemaitre**
Nombre de mots : **2460**

Visualiser l'article

424 millions d'euros de redressement fiscal pour Pierre Castel : quelle était la supercherie du géant du vin



Pierre Castel est aujourd'hui âgé de 96 ans. MAXPPP

Le géant du vin Pierre Castel a réussi à tromper le fisc suisse pendant de nombreuses années avec une astuce toute simple.

Le fisc suisse réclame 424 millions d'Euros au baron du vin mondial Pierre Castel, à la tête de nombreuses marques bien connues comme Baron de Lestac (anagramme de son nom), Vieux Papes, La Villageoise, Listel ou encore la célèbre chaîne de caviste Nicolas. Ce colossal redressement fiscal fait suite à une enquête des services suisses qui se sont penchés sérieusement sur les revenus du milliardaire âgé de 96 ans qui avait réussi à passer sous les radars.

Le "Français le plus riche de Suisse"

Selon le site Gotham City , spécialisé dans la criminalité économique, Pierre Castel, qui vit en Suisse depuis 1981, avait omis d'indiquer à l'administration fiscale qu'il était à la tête du Groupe Castel et qu'il touchait d'importants dividendes. Il est classé 10e fortune de France selon Challenges !

Mais comment a-t-il pu bien faire ? Le milliardaire, connu pour être *"le Français le plus riche de Suisse",* s'était tous simplement inscrit à Genève sous le nom de Jésus Castel, en utilisant son deuxième prénom, ce qui lui aurait permis d'échapper à la vigilance des services fiscaux durant 30 ans.

Un redressement sur... 5 ans

L'administration aurait découvert sa véritable identité à la lecture d'articles de presse faisant état de ses sociétés et fondation et des juteux dividendes qui en découlent. Elle l'accuse de soustractions d'impôts commises intentionnellement. Le mis en

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

cause y voit, lui, "une imprévoyance légère" . Le fisc a sorti la calculette et lui réclame 410 millions de francs suisses, un redressement qui porte seulement sur 5 années, de 2007 à 2011!

C'est *"un mastodonte du vin"* comme le souligne le site spécialisé Vitisphère qui rappelle qu'il s'agit du *"3e acteur mondial du vin avec un chiffre d'affaires de 800 millions euros pour 500 millions de bouteilles vendues par an, soit 16 cols/seconde"* .

Le groupe Castel, à la tête d'un empire de la bière en Afrique et du vin en France, est aussi actif dans les boissons, le sucre, ainsi que dans l'immobilier de luxe. Il représente 215 sociétés dans 40 pays.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web CHE

AGEFI

Famille du média : **Médias étrangers**
Audience : **34465**
Sujet du média : **Economie - Services**

13 Octobre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **4683**

agefi.com

Visualiser l'article

Le fisc genevois réclame 410 millions de francs au cofondateur du groupe Castel

Pierre Castel, un des plus riches Français de Suisse, a été condamné pour avoir omis pendant des années de déclarer une partie de sa fortune.

KEYSTONE Pierre Castel s'était enregistré en Suisse sous le nom de Jesus Castel, utilisant son deuxième prénom, «ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc trente ans durant».

Les autorités fiscales genevoises réclament 410 millions de francs à Pierre Castel, le cofondateur du géant français des vins et boissons Groupe Castel, un des plus riches Français de Suisse. Ce dernier a été condamné pour avoir omis pendant des années de déclarer une partie de sa fortune.

Le nonagénaire, à la tête de ce groupe propriétaire de plusieurs marques de vin à succès telles que Baron de Lestac, Kriter ou Listel, ainsi que du réseau de cavistes Nicolas, avait quitté la France suite à l'élection du président socialiste François Mitterrand, en 1981.

Il s'était enregistré en Suisse sous le nom de Jesus Castel, utilisant son deuxième prénom, «ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc trente ans durant», a révélé la semaine passée le site d'investigation judiciaire Gotham City, en précisant que M. Castel avait omis de déclarer qu'il était à la tête du Groupe Castel et qu'il touchait «d'importants dividendes via une fondation au Liechtenstein».

Dans une décision datant du 5 juillet, consultée par l'AFP mercredi, les juges de la Chambre administrative de la Cour de justice de Genève, une juridiction d'appel, expliquent que les fonctionnaires des impôts ont fait le rapprochement lorsqu'ils ont constaté que les déclarations fiscales de M. Castel «différaient notablement des éléments de revenus et de fortune qui lui étaient attribués par la presse».

Parmi les 10 plus grandes fortunes françaises

Il est classé au onzième rang des personnes les plus riches de Suisse par le magazine Bilan. L'hebdomadaire français Challenges le classe pour sa part au dixième rang des plus grandes fortunes françaises avec un patrimoine estimé à 13,5 milliards d'euros. La multinationale vend 500 millions de bouteilles par an à travers le monde, soit 16 par seconde, selon le site internet de Castel Frères.

Les données dans le jugement ont été anonymisées, mais évoquent un «français d'origine espagnole», «né en 1926» et «issu d'une famille modeste» qui avait «commencé à travailler comme ouvrier agricole avec son père», mais avait «par la suite créé, avec ses frères et soeurs, un groupe industriel mondial spécialisé dans les boissons» devenu «l'un des plus importants en Europe pour le vin et en Afrique pour la bière et les boissons gazeuses».

«Eviter tout conflit familial»

Une procédure de rappel d'impôts avait été ouverte en 2017 concernant des éléments de revenus et de fortune entre 2007 et 2011, les sommes pour les années précédentes tombant sous le coup de la prescription.

Dans sa décision, la justice genevoise s'est longuement penchée sur la structure complexe de la fortune de ce patron qui

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

cultive la discrétion, ses affaires se partageant notamment entre une holding à Gibraltar, une fondation au Liechtenstein et un trust à Singapour.

Dans son recours contre une décision en première instance, M. Castel, représenté par un avocat fiscaliste d'un cabinet de droit des affaires, a affirmé qu'il n'avait pas cherché à mettre en place une structure «insolite», mais à assurer «l'indépendance» et «la pérennité» du groupe, et aussi à «éviter tout conflit familial».

Tout en reconnaissant qu'il avait «omis de déclarer certains éléments de revenus», sa défense a argumenté que certains «documents utiles» étaient difficiles à retrouver, M. Castel étant un adepte du «management à l'ancienne», fait de «discussion orale» et de «poignées de mains».

«Les explications du recourant quant à l'absence de documents écrits, au profit de discussions orales basées sur la confiance, ne convainquent pas, au vu des montants très importants en jeu», a cependant considéré la justice genevoise.

Contactée par l'AFP, l'administration fiscale n'a pas souhaité faire de commentaire.

M. Castel disposait d'un délai de trente jours pour contester la décision de la cour genevoise devant le Tribunal fédéral. Contacté, le Groupe Castel n'a pas répondu aux sollicitations de l'AFP. Son avocat n'a pas non plus pu être joint. (AWP)

CASTELNICOLAS2 - CISION 367463967

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Agences de presse**
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Banques-Finance Economie-Services**

Edition : **13 octobre 2022 P.4-5**
Journalistes : **noo/vog/LyS**
Nombre de mots : **489**

13/10/2022 12:34:38 GMT

Le fondateur du Groupe Castel se pourvoit en cassation contre le fisc genevois

Pierre Castel, le cofondateur du géant du vin Groupe Castel, à qui le fisc genevois réclame 410 millions de francs suisses, a déposé un recours contre une décision de justice en appel, a indiqué jeudi son avocat à l'AFP.

"Un recours auprès du tribunal fédéral a été déposé", a indiqué Gregory Clerc, avocat fiscaliste au sein du cabinet genevois Aegis. Il n'a toutefois pas précisé à quelle date ce pourvoi en cassation avait été déposé auprès du Tribunal fédéral, la plus haute instance judiciaire en Suisse.

La semaine passée, le site d'investigations Gotham City a révélé que le nonagénaire, cofondateur du groupe propriétaire de marques de vin à succès telles que Baron de Lestac (anagramme de Castel), Kriter ou Listel, ainsi que du réseau de cavistes Nicolas, avait été condamné en appel par une Cour à Genève pour avoir omis de déclarer une partie de sa fortune.

Exilé en Suisse à la suite à l'élection de François Mitterrand en 1981, il s'était enregistré sous son deuxième prénom, Jesus, "ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc trente ans durant", avait précisé ce site spécialisé dans les affaires judiciaires.

Les fonctionnaires des impôts n'avaient fait le rapprochement qu'à lecture d'articles de presse, la fortune qui lui y était attribuée différant "notablement" de ses déclarations fiscales, a relevé justice genevoise dans sa décision, consultée par l'AFP.

Il est classé au onzième rang des personnes les plus riches de Suisse par le magazine suisse Bilan. L'hebdomadaire français Challenges le classe pour sa part au dixième rang des plus grandes fortunes françaises avec un patrimoine estimé à 13,5 milliards d'euros.

"Jesus Sebastien Castel est son patronyme de naissance, et Pierre est un nom d'usage", a insisté son avocat lors d'un entretien avec l'AFP.

"M. Castel a rempli toutes les formalités administratives sans exception en indiquant son nom complet, incluant ses prénoms de naissance et ce dès son arrivée en Suisse. Il n'a jamais fait usage de pseudonyme ou d'autre identité", a-t-il défendu.

Né en 1926, le nonénagénaire s'était fait appeler Pierre "très jeune" parce que, "dans les années en question", il était "mal vu d'être fils d'immigré", son prénom d'origine espagnol étant alors lourd à porter, a-t-il expliqué.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Dans son jugement, la chambre administrative de la Cour de justice de Genève a d'ailleurs écarté cet argument, cette juridiction d'appel reconnaissant qu'il était connu "tant sous le prénom de Jesus que de Pierre", a tenu à préciser l'avocat.

Issu d'une famille modeste, M. Castel avait quitté l'école à l'âge de 11 ans et commencé à travailler comme ouvrier agricole avec son père avant de créer avec ses frères et soeurs un groupe de vins et boissons devenus un géant du secteur.

La multinationale vend 500 millions de bouteilles par an à travers le monde, soit 16 par seconde, selon le site Internet de Castel Frères.

noo/vog/LyS

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Agences de presse**
Périodicité : **En continu**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **13 octobre 2022 P.10-11**
Journalistes : **noo/vog/LyS**
Nombre de mots : **489**

13/10/2022 12:34:39 GMT

Le fondateur du Groupe Castel se pourvoit en cassation contre le fisc genevois

Pierre Castel, le cofondateur du géant du vin Groupe Castel, à qui le fisc genevois réclame 410 millions de francs suisses, a déposé un recours contre une décision de justice en appel, a indiqué jeudi son avocat à l'AFP.

"Un recours auprès du tribunal fédéral a été déposé", a indiqué Gregory Clerc, avocat fiscaliste au sein du cabinet genevois Aegis. Il n'a toutefois pas précisé à quelle date ce pourvoi en cassation avait été déposé auprès du Tribunal fédéral, la plus haute instance judiciaire en Suisse.

La semaine passée, le site d'investigations Gotham City a révélé que le nonagénaire, cofondateur du groupe propriétaire de marques de vin à succès telles que Baron de Lestac (anagramme de Castel), Kriter ou Listel, ainsi que du réseau de cavistes Nicolas, avait été condamné en appel par une Cour à Genève pour avoir omis de déclarer une partie de sa fortune.

Exilé en Suisse à la suite à l'élection de François Mitterrand en 1981, il s'était enregistré sous son deuxième prénom, Jesus, "ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc trente ans durant", avait précisé ce site spécialisé dans les affaires judiciaires.

Les fonctionnaires des impôts n'avaient fait le rapprochement qu'à lecture d'articles de presse, la fortune qui lui y était attribuée différant "notablement" de ses déclarations fiscales, a relevé justice genevoise dans sa décision, consultée par l'AFP.

Il est classé au onzième rang des personnes les plus riches de Suisse par le magazine suisse Bilan. L'hebdomadaire français Challenges le classe pour sa part au dixième rang des plus grandes fortunes françaises avec un patrimoine estimé à 13,5 milliards d'euros.

"Jesus Sebastien Castel est son patronyme de naissance, et Pierre est un nom d'usage", a insisté son avocat lors d'un entretien avec l'AFP.

"M. Castel a rempli toutes les formalités administratives sans exception en indiquant son nom complet, incluant ses prénoms de naissance et ce dès son arrivée en Suisse. Il n'a jamais fait usage de pseudonyme ou d'autre identité", a-t-il défendu.

Né en 1926, le nonénagénaire s'était fait appeler Pierre "très jeune" parce que, "dans les années en question", il était "mal vu d'être fils d'immigré", son prénom d'origine espagnol étant alors lourd à porter, a-t-il expliqué.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Dans son jugement, la chambre administrative de la Cour de justice de Genève a d'ailleurs écarté cet argument, cette juridiction d'appel reconnaissant qu'il était connu "tant sous le prénom de Jesus que de Pierre", a tenu à préciser l'avocat.

Issu d'une famille modeste, M. Castel avait quitté l'école à l'âge de 11 ans et commencé à travailler comme ouvrier agricole avec son père avant de créer avec ses frères et soeurs un groupe de vins et boissons devenus un géant du secteur.

La multinationale vend 500 millions de bouteilles par an à travers le monde, soit 16 par seconde, selon le site Internet de Castel Frères.

noo/vog/LyS

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

AGRA [FIL]

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Agroalimentaire-Agriculture

Edition : **13 octobre 2022 P.2**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **234**

Vin: le fondateur du groupe Castel dans le viseur du fisc genevois

Les autorités fiscales genevoises réclament 410 millions de francs suisses (424 millions d'euros) à Pierre Castel, le cofondateur du géant français des vins et boissons Groupe Castel, un des plus riches Français de Suisse, condamné pour avoir omis pendant des années de déclarer une partie de sa fortune. Le nonagénaire, à la tête de ce groupe propriétaire de plusieurs marques de vin à succès telles que Baron de Lestac, Kriter ou Listel, ainsi que du réseau de cavistes Nicolas, avait quitté la France suite à l'élection du président socialiste François Mitterrand, en 1981. Il s'était enregistré en Suisse sous le nom de Jesus Castel, utilisant son deuxième prénom, «ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc trente ans durant», a révélé la semaine passée le site suisse d'investigation judiciaire Gotham City, en précisant que M. Castel avait omis de déclarer était à la tête du Groupe Castel et qu'il touchait «d'importants dividendes via une fondation au Liechtenstein». Dans une décision datant du 5 juillet, consultée par l'AFP mercredi, les juges de la Chambre administrative de la Cour de justice de Genève, une juridiction d'appel, expliquent que les fonctionnaires des impôts ont fait le rapprochement lorsqu'ils ont constaté que les déclarations fiscales de M. Castel «différaient notablement des éléments de revenus et de fortune qui lui étaient attribués par la presse».

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

YAHOO! FINANCE FRANCE

fr.finance.yahoo.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **279843**
Sujet du média : **Banques-Finance**

13 Octobre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **2417**

Visualiser l'article

Le fondateur du Groupe Castel se pourvoit en cassation contre le fisc suisse

-

C. Petit/Sud Ouest/MaxPPP

Pierre Castel, le cofondateur du géant du vin Groupe Castel, à qui le fisc genevois réclame 410 millions de francs suisses, a déposé un recours en appel.

Pierre Castel, le cofondateur du géant du vin Groupe Castel , à qui le fisc genevois réclame 410 millions de francs suisses, a déposé un recours contre une décision de justice en appel, a indiqué jeudi son avocat à l'AFP.

"Un recours auprès du tribunal fédéral a été déposé", a indiqué Gregory Clerc, avocat fiscaliste au sein du cabinet genevois Aegis. Il n'a toutefois pas précisé à quelle date ce pourvoi en cassation avait été déposé auprès du Tribunal fédéral, la plus haute instance judiciaire en Suisse.

La semaine passée, le site d'investigations Gotham City a révélé que le nonagénaire, cofondateur du groupe propriétaire de marques de vin à succès telles que Baron de Lestac (anagramme de Castel), Kriter ou Listel, ainsi que du réseau de cavistes Nicolas, avait été condamné en appel par une Cour à Genève pour avoir omis de déclarer une partie de sa fortune.

Exilé en Suisse à la suite à l'élection de François Mitterrand en 1981, il s'était enregistré sous son deuxième prénom, Jesus, "ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc trente ans durant", avait précisé ce site spécialisé dans les affaires judiciaires.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Les fonctionnaires des impôts n'avaient fait le rapprochement qu'à lecture d'articles de presse, la fortune qui lui y était attribuée différant "notablement" de ses déclarations fiscales, a relevé justice genevoise dans sa décision, consultée par l'AFP. Il est classé au dixième rang des plus grandes fortunes françaises avec un patrimoine estimé à 13,5 milliards d'euros et le magazine suisse Bilan le place au onzième rang des personnes les plus riches de Suisse.

Une changement d'état-civil contesté par le fisc

"Jesus Sebastien Castel est son patronyme de naissance, et Pierre est un nom d'usage", a insisté son avocat lors d'un entretien avec l'AFP. "M. Castel a rempli toutes les formalités administratives sans exception en indiquant son nom complet, incluant ses prénoms de naissance et ce dès son arrivée en Suisse. Il n'a jamais fait usage de pseud[...]

Lire la suite sur challenges.fr

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

AGRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **4273**
Sujet du média : **Agroalimentaire-Agriculture**

13 Octobre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **1468**

www.agra.fr

Visualiser l'article

Vin : le fondateur du groupe Castel dans le viseur du fisc genevois

Les autorités fiscales genevoises réclament 410 millions de francs suisses (424 millions d'euros) à Pierre Castel, le cofondateur du géant français des vins et boissons Groupe Castel, un des plus riches Français de Suisse, condamné pour avoir omis pendant des années de déclarer une partie de sa fortune. Le nonagénaire, à la tête de ce groupe propriétaire de plusieurs marques de vin à succès telles que Baron de Lestac, Kriter ou Listel, ainsi que du réseau de cavistes Nicolas, avait quitté la France suite à l'élection du président socialiste François Mitterrand, en 1981. Il s'était enregistré en Suisse sous le nom de Jesus Castel, utilisant son deuxième prénom, « ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc trente ans durant », a révélé la semaine passée le site suisse d'investigation judiciaire Gotham City, en précisant que M. Castel avait omis de déclarer était à la tête du Groupe Castel et qu'il touchait « d'importants dividendes via une fondation au Liechtenstein ». Dans une décision datant du 5 juillet, consultée par l'AFP mercredi, les juges de la Chambre administrative de la Cour de justice de Genève, une juridiction d'appel, expliquent que les fonctionnaires des impôts ont fait le rapprochement lorsqu'ils ont constaté que les déclarations fiscales de M. Castel « différaient notablement des éléments de revenus et de fortune qui lui étaient attribués par la presse ».

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Le fisc genevois réclame 410 millions de francs au fondateur du Groupe Castel

Pierre Castel est condamné pour avoir omis pendant des années de déclarer une partie de sa fortune.

Les autorités fiscales genevoises réclament 410 millions de francs à Pierre Castel, le cofondateur du géant français des vins et boissons Groupe Castel, un des plus riches Français de Suisse, condamné pour avoir omis pendant des années de déclarer une partie de sa fortune.

Le nonagénaire, à la tête de ce groupe propriétaire de plusieurs marques de vin à succès telles que Baron de Lestac, Kriter ou Listel, ainsi que du réseau de cavistes Nicolas, avait quitté la France suite à l'élection du président socialiste François Mitterrand, en 1981.

Il s'était enregistré en Suisse sous le nom de Jesus Castel, utilisant son deuxième prénom, «ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc trente ans durant», a révélé la semaine passée le site suisse d'investigation judiciaire Gotham City, en précisant que M. Castel avait omis de déclarer était à la tête du Groupe Castel et qu'il touchait «d'importants dividendes via une fondation au Liechtenstein».

Dans une décision datant du 5 juillet, consultée par l'AFP mercredi, les juges de la Chambre administrative de la Cour de justice de Genève, une juridiction d'appel, expliquent que les fonctionnaires des impôts ont fait le rapprochement lorsqu'ils ont constaté que les déclarations fiscales de M. Castel «différaient notablement des éléments de revenus et de fortune qui lui étaient attribués par la presse».

Il est classé au onzième rang des personnes les plus riches de Suisse par le magazine suisse Bilan. L'hebdomadaire français Challenges le classe pour sa part au dixième rang des plus grandes fortunes françaises avec un patrimoine estimé à 13,5 milliards d'euros. La multinationale vend 500 millions de bouteilles par an à travers le monde, soit 16 par seconde, selon le site internet de Castel Frères.

Les données dans le jugement ont été anonymisées, mais évoquent un «français d'origine espagnole», «né en 1926» et «issu d'une famille modeste», qui avait «commencé à travailler comme ouvrier agricole avec son père», mais avait «par la suite créé, avec ses frères et soeurs, un groupe industriel mondial spécialisé dans les boissons» devenu «l'un des plus importants en Europe pour le vin et en Afrique pour la bière et les boissons gazeuses».

«Eviter tout conflit familial»

Une procédure de rappel d'impôts avait été ouverte en 2017 concernant des éléments de revenus et de fortune entre 2007 et 2011, les sommes pour les années précédentes tombant sous le coup de la prescription.

Dans sa décision, la justice genevoise s'est longuement penchée sur la structure complexe de la fortune de ce patron qui cultive la discrétion, ses affaires se partageant notamment entre une holding à Gibraltar, une fondation au Liechtenstein et un trust à Singapour.

Dans son recours contre une décision en première instance, M. Castel, représenté par un avocat fiscaliste d'un cabinet de droit des affaires, a affirmé qu'il n'avait pas cherché à mettre en place une structure «insolite», mais à assurer «l'indépendance» et «la pérennité» du groupe, et aussi à «éviter tout conflit familial».

Tout en reconnaissant qu'il avait «omis de déclarer certains éléments de revenus», sa défense a argumenté que certains «documents utiles» étaient difficiles à retrouver, M. Castel étant un adepte du «management à l'ancienne», fait de «discussion orale» et de «poignées de mains».

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

«Les explications du recourant quant à l'absence de documents écrits, au profit de discussions orales basées sur la confiance, ne convainquent pas, au vu des montants très importants en jeu», a cependant considéré la justice genevoise.

Contactée par l'AFP, l'administration fiscale n'a pas souhaité faire de commentaire.

M. Castel disposait d'un délai de trente jours pour contester la décision de la cour genevoise devant le tribunal fédéral. Contacté, le Groupe Castel n'a pas répondu aux sollicitations de l'AFP. Son avocat n'a pas non plus pu être joint.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Capital

www.capital.fr

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**
Audience : **7525372**
Sujet du média : **Economie - Services**

12 Octobre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **4764**

Visualiser l'article

Plus de 400 millions d'euros de redressement fiscal pour Pierre Castel, le baron du vin

Le Français le plus célèbre de Suisse est accusé d'avoir omis pendant des années de déclarer une partie de sa fortune. Son groupe est à la tête de plusieurs marquise comme Baron de Lestac, Kriter ou Listel, ainsi que du réseau de cavistes Nicolas.

Redressement fiscal énorme pour Pierre Castel, le baron du vin. Les autorités fiscales genevoises réclament 410 millions de francs suisses (424 millions d'euros) au cofondateur du géant français des vins et boissons Groupe Castel, un des plus riches Français de Suisse, condamné pour avoir omis pendant des années de déclarer une partie de sa fortune. Le nonagénaire, à la tête de ce groupe propriétaire de plusieurs marques de vin à succès telles que Baron de Lestac, Kriter ou Listel, ainsi que du réseau de cavistes Nicolas , avait quitté la France suite à l'élection du président socialiste François Mitterrand, en 1981. Il s'était enregistré en Suisse sous le nom de Jesus Castel, utilisant son deuxième prénom, "ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc trente ans durant", a révélé la semaine passée le site suisse d'investigation judiciaire Gotham City, en précisant que Pierre Castel avait omis de déclarer était à la tête du Groupe Castel et qu'il touchait "d'importants dividendes via une fondation au Liechtenstein".

Publicité

Publicité

Dans une décision datant du 5 juillet, consultée par l'AFP mercredi, les juges de la Chambre administrative de la Cour de justice de Genève, une juridiction d'appel, expliquent que les fonctionnaires des impôts ont fait le rapprochement lorsqu'ils ont constaté que les déclarations fiscales de M. Castel "différaient notablement des éléments de revenus et de fortune qui lui étaient attribués par la presse". Il est classé au onzième rang des personnes les plus riches de Suisse par le magazine suisse Bilan. L'hebdomadaire français Challenges le classe pour sa part au dixième rang des plus grandes fortunes françaises avec un patrimoine estimé à 13,5 milliards d'euros. La multinationale vend 500 millions de bouteilles par an à travers le monde, soit 16 par seconde, selon le site internet de Castel Frères.

Procédure de rappel d'impôts avait été ouverte en 2017

Les données dans le jugement ont été anonymisées, mais évoquent un "français d'origine espagnole", "né en 1926" et "issu d'une famille modeste", qui avait "commencé à travailler comme ouvrier agricole avec son père", mais avait "par la suite créé, avec ses frères et soeurs, un groupe industriel mondial spécialisé dans les boissons" devenu "l'un des plus importants en Europe pour le vin et en Afrique pour la bière et les boissons gazeuses". Une procédure de rappel d'impôts avait été ouverte en 2017 concernant des éléments de revenus et de fortune entre 2007 et 2011, les sommes pour les années précédentes tombant sous le coup de la prescription. Dans sa décision, la justice genevoise s'est longuement penchée sur la structure complexe de la fortune de ce patron qui cultive la discrétion, ses affaires se partageant notamment entre une holding à Gibraltar, une fondation au Liechtenstein et un trust à Singapour.

Publicité

Dans son recours contre une décision en première instance, Pierre Castel, représenté par un avocat fiscaliste d'un cabinet de droit des affaires, a affirmé qu'il n'avait pas cherché à mettre en place une structure "insolite", mais à assurer "l'indépendance" et "la pérennité" du groupe, et aussi à "éviter tout conflit familial". Tout en reconnaissant qu'il avait "omis de déclarer certains éléments de revenus", sa défense a argumenté que certains "documents utiles" étaient difficiles à retrouver, M. Castel étant un

0iboirTT0wx-S3BU8CmRZfqeEEtGC7vENnc1yODeY2Rz6TFEXjswwlQ-QJWn9B4IrgYsB_XBnSXgFghuxPfSE7QZWM1

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

adepte du "management à l'ancienne", fait de "discussion orale" et de "poignées de mains". "Les explications du recourant quant à l'absence de documents écrits, au profit de discussions orales basées sur la confiance, ne convainquent pas, au vu des montants très importants en jeu", a cependant considéré la justice genevoise. Contactée par l'AFP, l'administration fiscale n'a pas souhaité faire de commentaire. Pierre Castel disposait d'un délai de trente jours pour contester la décision de la cour genevoise devant le tribunal fédéral. Contacté, le Groupe Castel n'a pas répondu aux sollicitations de l'AFP. Son avocat n'a pas non plus pu être joint.

D'autres articles qui pourraient vous intéresser

PIXABAY

0iboirTT0wx-S3BU8CmRZfqeEEtGC7vENnc1yODeY2Rz6TFEXjswwlQ-QJWn9B4IrgYsB_XBnSXgFghuxPfSE7QZWM1

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Challenges

www.challenges.fr

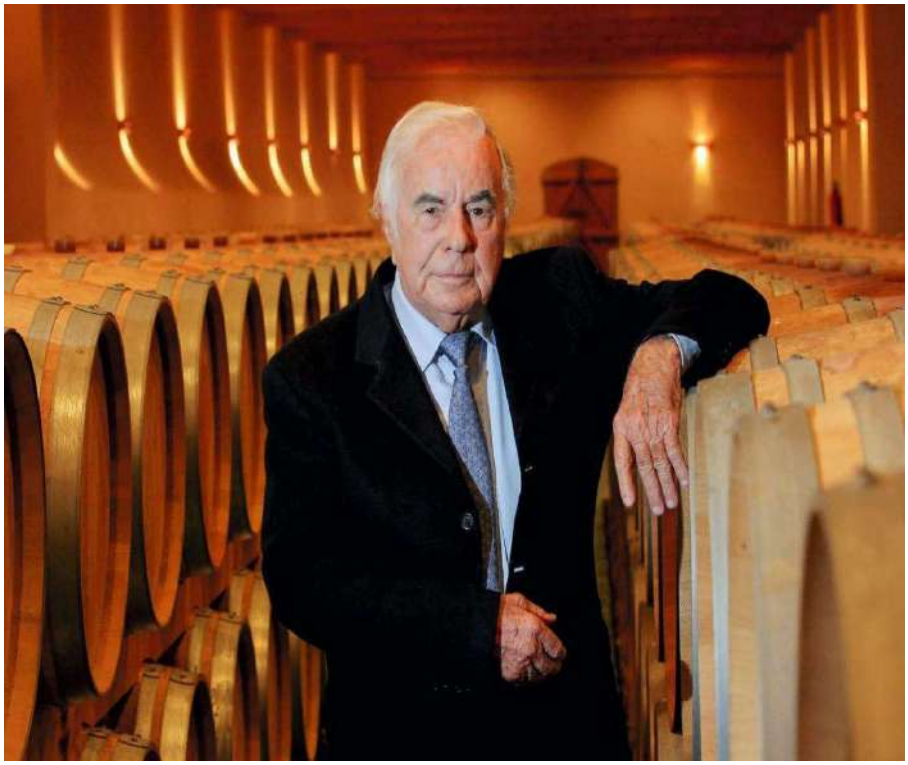
Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**
Audience : **1701913**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

13 Octobre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3472**

Visualiser l'article

Le fondateur du Groupe Castel se pourvoit en cassation contre le fisc suisse

Pierre Castel, le cofondateur du géant du vin Groupe Castel, à qui le fisc genevois réclame 410 millions de francs suisses, a déposé un recours en appel.



Pierre Castel

Pierre Castel, le cofondateur du géant du vin Groupe Castel , à qui le fisc genevois réclame 410 millions de francs suisses, a déposé un recours contre une décision de justice en appel, a indiqué jeudi son avocat à l'AFP.

"Un recours auprès du tribunal fédéral a été déposé", a indiqué Gregory Clerc, avocat fiscaliste au sein du cabinet genevois Aegis. Il n'a toutefois pas précisé à quelle date ce pourvoi en cassation avait été déposé auprès du Tribunal fédéral, la plus haute instance judiciaire en Suisse.

La semaine passée, le site d'investigations Gotham City a révélé que le nonagénaire, cofondateur du groupe propriétaire de marques de vin à succès telles que Baron de Lestac (anagramme de Castel), Kriter ou Listel, ainsi que du réseau de cavistes Nicolas, avait été condamné en appel par une Cour à Genève pour avoir omis de déclarer une partie de sa fortune.

Exilé en Suisse à la suite à l'élection de François Mitterrand en 1981, il s'était enregistré sous son deuxième prénom, Jesus, "ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc trente ans durant", avait précisé ce site spécialisé dans les affaires judiciaires.

Les fonctionnaires des impôts n'avaient fait le rapprochement qu'à lecture d'articles de presse, la fortune qui lui y était attribuée différant "notablement" de ses déclarations fiscales, a relevé justice genevoise dans sa décision, consultée par l'AFP. Il est classé au dixième rang des plus grandes fortunes françaises avec un patrimoine estimé à 13,5 milliards d'euros et le magazine suisse Bilan le place au onzième rang des personnes les plus riches de Suisse.

Une changement d'état-civil contesté par le fisc

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

"Jesus Sebastien Castel est son patronyme de naissance, et Pierre est un nom d'usage", a insisté son avocat lors d'un entretien avec l'AFP. "M. Castel a rempli toutes les formalités administratives sans exception en indiquant son nom complet, incluant ses prénoms de naissance et ce dès son arrivée en Suisse. Il n'a jamais fait usage de pseudonyme ou d'autre identité", a-t-il défendu.

Né en 1926, le nonénagénaire s'était fait appeler Pierre "très jeune" parce que, "dans les années en question", il était "mal vu d'être fils d'immigré", son prénom d'origine espagnol étant alors lourd à porter, a-t-il expliqué. Dans son jugement, la chambre administrative de la Cour de justice de Genève a d'ailleurs écarté cet argument, cette juridiction d'appel reconnaissant qu'il était connu "tant sous le prénom de Jesus que de Pierre", a tenu à préciser l'avocat. Issu d'une famille modeste, M. Castel avait quitté l'école à l'âge de 11 ans et commencé à travailler comme ouvrier agricole avec son père avant de créer avec ses frères et soeurs un groupe de vins et boissons devenus un géant du secteur. La multinationale vend 500 millions de bouteilles par an à travers le monde, soit 16 par seconde, selon le site Internet de Castel Frères.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LA REVUE DU VIN DE FRANCE

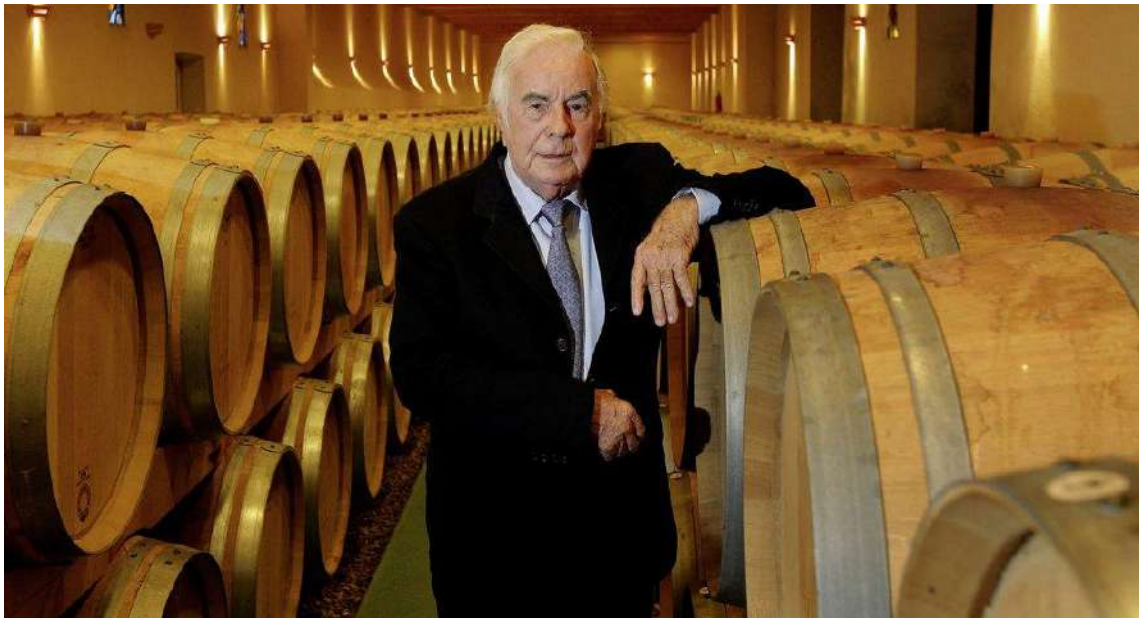
www.larvf.com

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **210044**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

13 Octobre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **4616**

Visualiser l'article

Le fisc suisse réclame 424 millions d'euros à Pierre Castel



Les autorités fiscales genevoises réclament 410 millions de francs suisses (424 millions d'euros) à Pierre Castel, le cofondateur du géant français des vins et boissons Groupe Castel, un des plus riches Français de Suisse, condamné pour avoir omis pendant des années de déclarer une partie de sa fortune.

Pierre Castel, à la tête de ce groupe propriétaire de plusieurs marques de vin à succès telles que Baron de Lestac , Kriter ou Listel, ainsi que du réseau de cavistes Nicolas, avait quitté la France suite à l'élection du président socialiste François Mitterrand, en 1981. Il s'était enregistré en Suisse sous le nom de Jesus Castel, utilisant son deuxième prénom, "ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc trente ans durant", a révélé la semaine passée le site suisse d'investigation judiciaire Gotham City, en précisant que M. Castel avait omis de déclarer qu'il était à la tête du Groupe Castel et qu'il touchait "d'importants dividendes via une fondation au Liechtenstein".

Des déclarations fiscales qui différaient des éléments de revenus et de fortune attribués par la presse à Pierre Castel

Dans une décision datant du 5 juillet, consultée par l'AFP mercredi, les juges de la Chambre administrative de la Cour de justice de Genève, une juridiction d'appel, expliquent que les fonctionnaires des impôts ont fait le rapprochement lorsqu'ils ont constaté que les déclarations fiscales de M. Castel "différaient notablement des éléments de revenus et de fortune qui lui étaient attribués par la presse". Il est classé au onzième rang des personnes les plus riches de Suisse par le magazine suisse Bilan. L'hebdomadaire français Challenges le classe pour sa part au dixième rang des plus grandes fortunes françaises avec un patrimoine estimé à 13,5 milliards d'euros. La multinationale vend 500 millions de bouteilles par an à travers le monde, soit 16 par seconde, selon le site
internet de Castel Frères.

Les données dans le jugement ont été anonymisées, mais évoquent un "français d'origine espagnole", "né en 1926" et "issu d'une famille modeste", qui avait "commencé à travailler comme ouvrier agricole avec son père", mais avait "par la suite créé, avec ses frères et soeurs, un groupe industriel mondial spécialisé dans les boissons" devenu "l'un des plus importants en

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Europe pour le vin et en Afrique pour la bière et les boissons gazeuses".

"Eviter tout conflit familial"

Une procédure de rappel d'impôts avait été ouverte en 2017 concernant des éléments de revenus et de fortune entre 2007 et 2011, les sommes pour les années précédentes tombant sous le coup de la prescription. Dans sa décision, la justice genevoise s'est longuement penchée sur la structure complexe de la fortune de ce patron qui cultive la discrétion, ses affaires se partageant notamment entre une holding à Gibraltar, une fondation au Liechtenstein et un trust à Singapour. Dans son recours contre une décision en première instance, M. Castel, représenté par un avocat fiscaliste d'un cabinet de droit des affaires, a affirmé qu'il n'avait pas cherché à mettre en place une structure "insolite", mais à assurer "l'indépendance" et "la pérennité" du groupe, et aussi à "éviter tout conflit familial".

Tout en reconnaissant qu'il avait "omis de déclarer certains éléments de revenus", sa défense a argumenté que certains "documents utiles" étaient difficiles à retrouver, M. Castel étant un adepte du "management à l'ancienne", fait de "discussion orale" et de "poignées de mains". "Les explications du recourant quant à l'absence de documents écrits, au profit de discussions orales basées sur la confiance, ne convainquent pas, au vu des montants très importants en jeu", a cependant considéré la justice genevoise. Contactée par l'AFP, l'administration fiscale n'a pas souhaité faire de commentaire. M. Castel disposait d'un délai de trente jours pour contester la décision de la cour genevoise devant le tribunal fédéral. Contacté, le Groupe Castel n'a pas répondu aux sollicitations de l'AFP. Son avocat n'a pas non plus pu être joint.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

msn

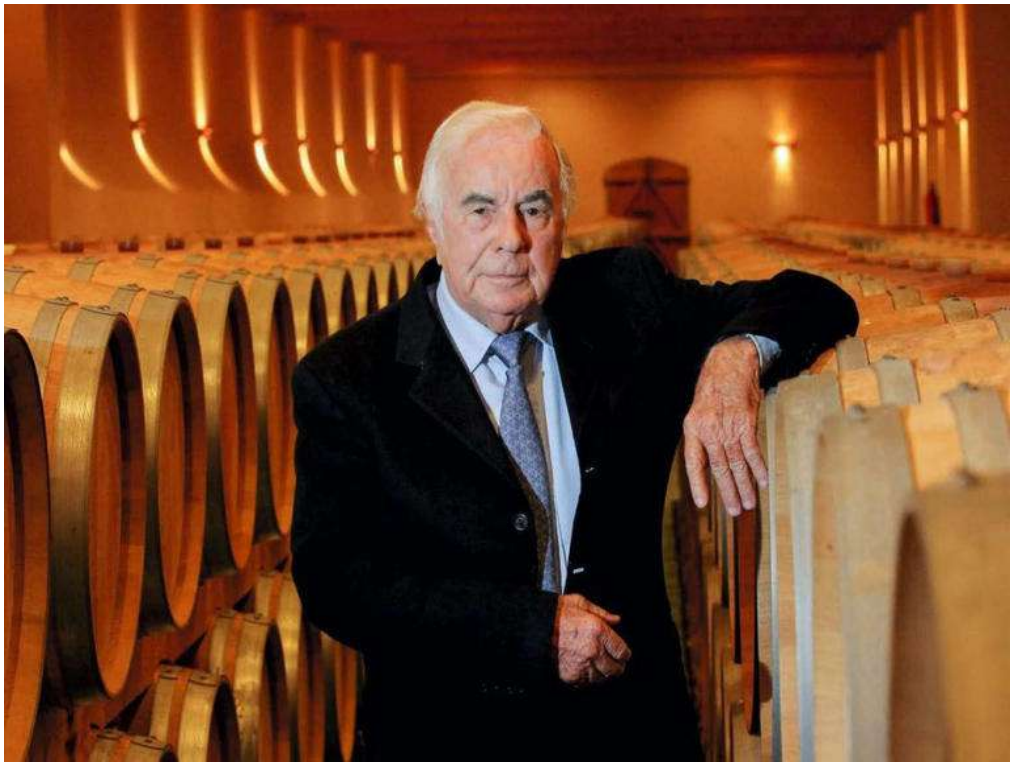
Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **7348758**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

13 Octobre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3514**

www.msn.com

Visualiser l'article

Le fondateur du Groupe Castel se pourvoit en cassation contre le fisc suisse



Pierre Castel© C. Petit/Sud Ouest/MaxPPP

Pierre Castel, le cofondateur du géant du vin Groupe Castel, à qui le fisc genevois réclame 410 millions de francs suisses, a déposé un recours en appel.

Pierre Castel, le cofondateur du géant du vin Groupe Castel , à qui le fisc genevois réclame 410 millions de francs suisses, a déposé un recours contre une décision de justice en appel, a indiqué jeudi son avocat à l'AFP."Un recours auprès du tribunal fédéral a été déposé", a indiqué Gregory Clerc, avocat fiscaliste au sein du cabinet genevois Aegis. Il n'a toutefois pas précisé à quelle date ce pourvoi en cassation avait été déposé auprès du Tribunal fédéral, la plus haute instance judiciaire en Suisse.

La semaine passée, le site d'investigations Gotham City a révélé que le nonagénaire, cofondateur du groupe propriétaire de marques de vin à succès telles que Baron de Lestac (anagramme de Castel), Kriter ou Listel, ainsi que du réseau de **cavistes Nicolas**, avait été condamné en appel par une Cour à Genève pour avoir omis de déclarer une partie de sa fortune.

Exilé en Suisse à la suite à l'élection de François Mitterrand en 1981, il s'était enregistré sous son deuxième prénom, Jesus, "ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc trente ans durant", avait précisé ce site spécialisé dans les affaires judiciaires.

Les fonctionnaires des impôts n'avaient fait le rapprochement qu'à lecture d'articles de presse, la fortune qui lui y était attribuée différant "notablement" de ses déclarations fiscales, a relevé justice genevoise dans sa décision, consultée par l'AFP. Il est classé au dixième rang des plus grandes fortunes françaises avec un patrimoine estimé à 13,5 milliards d'euros et le magazine suisse Bilan le place au onzième rang des personnes les plus riches de Suisse.

Une changement d'état-civil contesté par le fisc

"Jesus Sebastien Castel est son patronyme de naissance, et Pierre est un nom d'usage", a insisté son avocat lors d'un entretien avec l'AFP. "M. Castel a rempli toutes les formalités administratives sans exception en indiquant son nom complet, incluant ses prénoms de naissance et ce dès son arrivée en Suisse. Il n'a jamais fait usage de pseudonyme ou d'autre identité", a-t-il

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

défendu.

Né en 1926, le nonénagénaire s'était fait appeler Pierre "très jeune" parce que, "dans les années en question", il était "mal vu d'être fils d'immigré", son prénom d'origine espagnol étant alors lourd à porter, a-t-il expliqué. Dans son jugement, la chambre administrative de la Cour de justice de Genève a d'ailleurs écarté cet argument, cette juridiction d'appel reconnaissant qu'il était connu "tant sous le prénom de Jesus que de Pierre", a tenu à préciser l'avocat. Issu d'une famille modeste, M. Castel avait quitté l'école à l'âge de 11 ans et commencé à travailler comme ouvrier agricole avec son père avant de créer avec ses frères et soeurs un groupe de vins et boissons devenus un géant du secteur. La multinationale vend 500 millions de bouteilles par an à travers le monde, soit 16 par seconde, selon le site Internet de Castel Frères.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le fondateur du Groupe Castel se pourvoit en cassation contre le fisc genevois

Pierre Castel, le cofondateur du géant du vin Groupe Castel, à qui le fisc genevois réclame 410 millions de francs suisses, a déposé un recours contre une décision de justice en appel, a indiqué jeudi son avocat à l'AFP.

"Un recours auprès du tribunal fédéral a été déposé", a indiqué Gregory Clerc, avocat fiscaliste au sein du cabinet genevois Aegis. Il n'a toutefois pas précisé à quelle date ce pourvoi en cassation avait été déposé auprès du Tribunal fédéral, la plus haute instance judiciaire en Suisse.

La semaine passée, le site d'investigations Gotham City a révélé que le nonagénaire, cofondateur du groupe propriétaire de marques de vin à succès telles que Baron de Lestac (anagramme de Castel), Kriter ou Listel, ainsi que du réseau de cavistes Nicolas, avait été condamné en appel par une Cour à Genève pour avoir omis de déclarer une partie de sa fortune.

Exilé en Suisse à la suite à l'élection de François Mitterrand en 1981, il s'était enregistré sous son deuxième prénom, Jesus, "ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc trente ans durant", avait précisé ce site spécialisé dans les affaires judiciaires.

Les fonctionnaires des impôts n'avaient fait le rapprochement qu'à lecture d'articles de presse, la fortune qui lui y était attribuée différant "notablement" de ses déclarations fiscales, a relevé justice genevoise dans sa décision, consultée par l'AFP.

Il est classé au onzième rang des personnes les plus riches de Suisse par le magazine suisse Bilan. L'hebdomadaire français Challenges le classe pour sa part au dixième rang des plus grandes fortunes françaises avec un patrimoine estimé à 13,5 milliards d'euros.

"Jesus Sebastien Castel est son patronyme de naissance, et Pierre est un nom d'usage", a insisté son avocat lors d'un entretien avec l'AFP.

"M. Castel a rempli toutes les formalités administratives sans exception en indiquant son nom complet, incluant ses prénoms de naissance et ce dès son arrivée en Suisse. Il n'a jamais fait usage de pseudonyme ou d'autre identité", a-t-il défendu.

Né en 1926, le nonénagénaire s'était fait appeler Pierre "très jeune" parce que, "dans les années en question", il était "mal vu d'être fils d'immigré", son prénom d'origine espagnol étant alors lourd à porter, a-t-il expliqué.

Dans son jugement, la chambre administrative de la Cour de justice de Genève a d'ailleurs écarté cet argument, cette juridiction d'appel reconnaissant qu'il était connu "tant sous le prénom de Jesus que de Pierre", a tenu à préciser l'avocat.

Issu d'une famille modeste, M. Castel avait quitté l'école à l'âge de 11 ans et commencé à travailler comme ouvrier agricole avec son père avant de créer avec ses frères et soeurs un groupe de vins et boissons devenus un géant du secteur.

La multinationale vend 500 millions de bouteilles par an à travers le monde, soit 16 par seconde, selon le site Internet de Castel Frères.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

zonebourse

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **582354**
Sujet du média : **Banques-Finance, Economie - Services**

12 Octobre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **4452**

www.zonebourse.com

Visualiser l'article

Le fisc genevois réclame 410 millions de francs suisses au fondateur du Groupe Castel

Zurich (awp/afp) - Les autorités fiscales genevoises réclament 410 millions de francs suisses suisses (424 millions d'euros) à Pierre Castel, le cofondateur du géant français des vins et boissons Groupe Castel, un des plus riches Français de Suisse, condamné pour avoir omis pendant des années de déclarer une partie de sa fortune.

Le nonagénaire, à la tête de ce groupe propriétaire de plusieurs marques de vin à succès telles que Baron de Lestac, Kriter ou Listel, ainsi que du réseau de cavistes Nicolas, avait quitté la France suite à l'élection du président socialiste François Mitterrand, en 1981.

Il s'était enregistré en Suisse sous le nom de Jesus Castel, utilisant son deuxième prénom, "ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc trente ans durant", a révélé la semaine passée le site suisse d'investigation judiciaire Gotham City, en précisant que M. Castel avait omis de déclarer était à la tête du Groupe Castel et qu'il touchait "d'importants dividendes via une fondation au Liechtenstein".

Dans une décision datant du 5 juillet, consultée par l'AFP mercredi, les juges de la Chambre administrative de la Cour de justice de Genève, une juridiction d'appel, expliquent que les fonctionnaires des impôts ont fait le rapprochement lorsqu'ils ont constaté que les déclarations fiscales de M. Castel "différaient notablement des éléments de revenus et de fortune qui lui étaient attribués par la presse".

Il est classé au onzième rang des personnes les plus riches de Suisse par le magazine suisse Bilan. L'hebdomadaire français Challenges le classe pour sa part au dixième rang des plus grandes fortunes françaises avec un patrimoine estimé à 13,5 milliards d'euros. La multinationale vend 500 millions de bouteilles par an à travers le monde, soit 16 par seconde, selon le site internet de Castel Frères.

Les données dans le jugement ont été anonymisées, mais évoquent un "français d'origine espagnole", "né en 1926" et "issu d'une famille modeste", qui avait "commencé à travailler comme ouvrier agricole avec son père", mais avait "par la suite créé, avec ses frères et soeurs, un groupe industriel mondial spécialisé dans les boissons" devenu "l'un des plus importants en Europe pour le vin et en Afrique pour la bière et les boissons gazeuses".

"Eviter tout conflit familial"

Une procédure de rappel d'impôts avait été ouverte en 2017 concernant des éléments de revenus et de fortune entre 2007 et 2011, les sommes pour les années précédentes tombant sous le coup de la prescription.

Dans sa décision, la justice genevoise s'est longuement penchée sur la structure complexe de la fortune de ce patron qui cultive la discrétion, ses affaires se partageant notamment entre une holding à Gibraltar, une fondation au Liechtenstein et un trust à Singapour.

Dans son recours contre une décision en première instance, M. Castel, représenté par un avocat fiscaliste d'un cabinet de droit des affaires, a affirmé qu'il n'avait pas cherché à mettre en place une structure "insolite", mais à assurer "l'indépendance" et "la pérennité" du groupe, et aussi à "éviter tout conflit familial".

Tout en reconnaissant qu'il avait "omis de déclarer certains éléments de revenus", sa défense a argumenté que certains "documents utiles" étaient difficiles à retrouver, M. Castel étant un adepte du "management à l'ancienne", fait de "discussion

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

orale" et de "poignées de mains".

"Les explications du recourant quant à l'absence de documents écrits, au profit de discussions orales basées sur la confiance, ne convainquent pas, au vu des montants très importants en jeu", a cependant considéré la justice genevoise.

Contactée par l'AFP, l'administration fiscale n'a pas souhaité faire de commentaire.

M. Castel disposait d'un délai de trente jours pour contester la décision de la cour genevoise devant le tribunal fédéral. Contacté, le Groupe Castel n'a pas répondu aux sollicitations de l'AFP. Son avocat n'a pas non plus pu être joint.

afp/rp

CASTELNICOLAS2 - CISION 367456306

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

zonebourse

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **582354**
Sujet du média : **Banques-Finance, Economie - Services**

13 Octobre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3274**

www.zonebourse.com

Visualiser l'article

Le fondateur du Groupe Castel se pourvoit en cassation contre le fisc genevois

Zurich (awp/afp) - Pierre Castel, le cofondateur du géant du vin Groupe Castel, à qui le fisc genevois réclame 410 millions de francs suisses, a déposé un recours contre une décision de justice en appel, a indiqué jeudi son avocat à l'AFP.

"Un recours auprès du tribunal fédéral a été déposé", a indiqué Gregory Clerc, avocat fiscaliste au sein du cabinet genevois Aegis. Il n'a toutefois pas précisé à quelle date ce pourvoi en cassation avait été déposé auprès du Tribunal fédéral, la plus haute instance judiciaire en Suisse.

La semaine passée, le site d'investigations Gotham City a révélé que le nonagénaire, cofondateur du groupe propriétaire de marques de vin à succès telles que Baron de Lestac (anagramme de Castel), Kriter ou Listel, ainsi que du réseau de cavistes Nicolas, avait été condamné en appel par une Cour à Genève pour avoir omis de déclarer une partie de sa fortune.

Exilé en Suisse à la suite à l'élection de François Mitterrand en 1981, il s'était enregistré sous son deuxième prénom, Jesus, "ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc trente ans durant", avait précisé ce site spécialisé dans les affaires judiciaires.

Les fonctionnaires des impôts n'avaient fait le rapprochement qu'à lecture d'articles de presse, la fortune qui lui y était attribuée différant "notablement" de ses déclarations fiscales, a relevé justice genevoise dans sa décision, consultée par l'AFP.

Il est classé au onzième rang des personnes les plus riches de Suisse par le magazine suisse Bilan. L'hebdomadaire français Challenges le classe pour sa part au dixième rang des plus grandes fortunes françaises avec un patrimoine estimé à 13,5 milliards d'euros.

"Jesus Sebastien Castel est son patronyme de naissance, et Pierre est un nom d'usage", a insisté son avocat lors d'un entretien avec l'AFP.

"M. Castel a rempli toutes les formalités administratives sans exception en indiquant son nom complet, incluant ses prénoms de naissance et ce dès son arrivée en Suisse. Il n'a jamais fait usage de pseudonyme ou d'autre identité", a-t-il défendu.

Né en 1926, le nonénagénaire s'était fait appeler Pierre "très jeune" parce que, "dans les années en question", il était "mal vu d'être fils d'immigré", son prénom d'origine espagnol étant alors lourd à porter, a-t-il expliqué.

Dans son jugement, la chambre administrative de la Cour de justice de Genève a d'ailleurs écarté cet argument, cette juridiction d'appel reconnaissant qu'il était connu "tant sous le prénom de Jesus que de Pierre", a tenu à préciser l'avocat.

Issu d'une famille modeste, M. Castel avait quitté l'école à l'âge de 11 ans et commencé à travailler comme ouvrier agricole avec son père avant de créer avec ses frères et soeurs un groupe de vins et boissons devenus un géant du secteur.

La multinationale vend 500 millions de bouteilles par an à travers le monde, soit 16 par seconde, selon le site Internet de Castel Frères.

afp/jh

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Atabula

atabula.com

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **39055**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

14 Octobre 2022
Journalistes : **Thibaut Neuman**
Nombre de mots : **10639**

Visualiser l'article

De la page blanche à la bouteille : itinéraire d'une marque de spiritueux. Entretien avec Pauline Raffaitin, conceptrice du gin Anaë

De la page blanche à la bouteille : itinéraire d'une marque de spiritueux. Entretien avec Pauline Raffaitin, conceptrice du gin Anaë

Alors que le gin Anaë vient de fêter sa première année d'existence, sa conceptrice, Pauline Raffaitin, revient sur la genèse de ce projet né au sein du groupe Bollinger, sur les différentes étapes de sa mise en oeuvre, les difficultés rencontrées et sa stratégie de développement.

___

Atabula | Comment l'idée de créer une marque de spiritueux est-elle née ?

Pauline Raffaitin | Je travaille dans l'univers des vins et spiritueux depuis environ sept ans. J'ai fait un premier pas dans l'univers du champagne à New York, puis à Londres avec le cognac, et, depuis 2016, chez Bollinger dans les spiritueux. Ensuite, j'ai évolué en tant que responsable marketing. Auparavant, nous avions un gin dans notre portefeuille en tant que Bollinger Diffusion, on distribue des marques partenaires et quand cela s'est arrêté, nous nous sommes interrogés : devons-nous reprendre un partenaire ou avons-nous la crédibilité et l'expertise pour créer notre propre gin ? Très rapidement,

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

je me suis avancée pour présenter ce projet, convaincue qu'il est extrêmement important aujourd'hui de créer un gin de la bonne façon et d'avoir cette notion de transparence, de sourcing, de ne pas aller chercher des ingrédients aux quatre coins du monde.

Votre proposition a-t-elle été bien accueillie ?

Au tout début, j'étais avec le directeur général de Bollinger Diffusion Aymeric de Maistre et le DAF Laurent Lafond, et nous avons réfléchi à la meilleure façon d'exposer le dossier. C'est une famille de vignerons, par conséquent, le monde des spiritueux, même s'ils le connaissent grâce à Delamain, leur est un peu plus lointain. La présentation n'était pas uniquement centrée sur le gin, mais aussi avec l'idée de créer un cercle vertueux de préservation de la biodiversité, en travaillant de concert avec certains acteurs, comme des apiculteurs (on a des ruches Anaë pour protéger les abeilles responsables de nos ingrédients). Selon moi, c'est l'ensemble de la philosophie RSE tout autour de notre gin qui leur a plu, et ils m'ont donné leur accord assez rapidement. Ensuite, comme nous évoluons au sein du groupe Bollinger, il y a une exigence de grande qualité et c'est pourquoi que j'ai demandé à Dominique Touteau, le maître de chai des cognacs Delamain, de m'accompagner dans cette aventure. Il travaille dans cette maison depuis 1980, ce qui lui confère une expérience peu commune. En outre, j'ai rarement rencontré quelqu'un ayant un « nez » aussi développé. Son aide sur toute la partie recette m'a été précieuse.

Aviez-vous déjà une idée du type de gin souhaité : plutôt un London dry classique, ou plus floral, voire exubérant type « new style » ?

Dès l'accord obtenu, nous sommes allés, avec Dominique, à la recherche de distilleries, car nous n'avions pas l'expertise « Maître distillateur ». Après un certain nombre de visites, on nous a recommandé le « master » des gins : Philippe Laclie, de la distillerie Bercloux. Il nous a alors aidés et orientés vers des recettes. Le cahier des charges était le suivant : base vinique,

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

ingrédients français et bio. Seule la baie de genièvre n'a pas été trouvée en quantité suffisante en France, et ce même en interrogeant des personnes qui pratiquent la récolte sauvage. D'ailleurs, c'est notre ambition, dans quelques années, d'avoir nos propres pieds de genévriers. On est donc partis d'une page blanche, mais dans l'idée de trouver des notes d'agrumes, florales et d'épices. Cependant, l'une ne devait pas primer sur l'autre, l'ensemble devait être harmonieux. Pour ma part, je me suis acheté un livre sur toutes les botaniques comestibles pour y trouver l'inspiration. Chacun a apporté une liste d'ingrédients, autour d'une vingtaine, et ensuite, Philippe nous a proposé des micro-distillations avec un mélange de plantes différentes, puis on est passés à une phase de dégustation à l'aveugle. Notre enthousiasme s'est porté sur une première piste et là, le plus dur fut de la creuser et de la perfectionner. Cela nous a pris plus de temps que prévu.

Avez-vous rencontré des difficultés à certaines étapes ?

Oui. Par exemple, on cherchait du poivre, mais du poivre français ça n'existe pas, et Dominique m'a raconté qu'il avait rencontré, il y a peu, un ébéniste qui avait évoqué une plante sauvage de l'île de Ré un peu poivrée, et c'est le maceron. Cela apporte toute la puissance aromatique à notre gin. D'ailleurs, chez certains restaurants de l'île, le maceron moulu est utilisé en guise de poivre. Depuis, nous sommes partenaires avec « La Ferme des Baleines » pour les récoltes. Quant aux notes d'agrumes, nous avons choisi le thym citron et la verveine citron. En fait, le point amusant de notre recette, c'est qu'il s'agit d'un gin à base d'agrumes et de poivre, sans agrumes ni poivre ! C'est vrai que je ne m'attendais pas à ce que notre spiritueux ait autant de personnalité et un vrai « nez ». Ça a été un parti pris tardif, car je pensais faire, au départ, quelque chose d'un peu plus commun, mais je suis aujourd'hui très contente du résultat.

Votre gin a pour base un alcool de raisin, plutôt que de grain : pourquoi ce choix ?

C'était extrêmement important que l'on parte sur une base vinique, puisque l'ensemble des marques du groupe Bollinger sont

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

faites à base de raisin. Par conséquent, quand on a commencé à réfléchir à ce projet, j'ai pensé : « base vinique obligatoire » et j'étais agréablement surprise en termes de goût, à quel point cela apporte quelque chose, ce côté gras très texturé et avec beaucoup de délicatesse. Nous avons tout de même procédé à des essais avec une base de céréales comme environ 98% des gins mais ça ne donnait pas du tout la même chose. C'est donc un vrai point de différenciation pour nous, qui permet aussi de monter en gamme et de se positionner dans l'ultra premium.

Comment parvient-t-on à se distinguer dans un marché du gin pléthorique ?

En jouant sur plusieurs aspects : l'engagement, l'honnêteté et la transparence du sourcing. On peut scanner un QR code qui mène à notre site internet, sur lequel se trouve une carte de la France indiquant la localisation de l'ensemble de nos ingrédients. Nous sommes extrêmement transparents quant à la provenance, le type de fournisseurs et c'est déjà un vrai point de différenciation. Le deuxième, c'est l'appartenance au groupe Bollinger : c'est un gage de qualité et une authentique force de distribution.

Vous êtes uniquement distribué sur le marché français. Pourquoi ce choix, et avez-vous l'intention, par la suite, d'aller explorer l'étranger ?

Anaë a tout juste un an et on a voulu, au préalable, que le marché français soit un succès et nous sommes agréablement surpris du résultat. De beaux établissements nous ont suivis dans cette aventure : on a un cocktail au Shangri-La, un autre au Royal Monceau, nous sommes référencés chez Nicolas et à La Grande Epicerie... Donc, avant de se lancer à l'étranger, nous souhaitions gagner notre légitimité en France et prendre notre temps de bien faire les choses. Quant à l'export, nous allons y réfléchir et peut être essayer avec 2 ou 3 pays test, afin d'apprendre, car si cela se trouve, ils seront totalement différents du marché France. Je pense notamment aux cavistes, puisque nous sommes le pays qui en compte le plus. Cependant, nous ne sommes pas pressés, on prend notre temps, tout en sachant que cela arrivera.

Néanmoins, le gin en France reste encore marginal et ne représente qu'environ 4% du marché des spiritueux. Comment le faire mieux connaître ?

C'est vrai. Cependant, c'est la catégorie la plus dynamique, donc on sait que ça va prendre une certaine ampleur. On entend chaque année que le gin va exploser en France, à l'image de l'Espagne, mais cela ne se produit pas encore. Je pense qu'il faut rester sur le cocktail simple comme le gin tonic, qui est maintenant installé. D'ailleurs, nous avons sorti un coffret avec un moulin contenant un mélange aromatique (verveine citron, graines de coriandre, algues wakame et hysope) pour agrémenter le gin tonic, en partenariat avec les épices Nomie et avec l'aide de Guillaume Quenza, du bar parisien réputé Fréquence. L'atout, selon moi, par rapport à la vodka, c'est que le gin tonic est très demandé en restauration, à l'apéritif et c'est aussi pour cela que l'on s'est orientés sur ce produit, car nous sommes plutôt un groupe de gastronomie, de restauration, moins de boîte de nuit.

Avez-vous des problèmes d'approvisionnement, notamment pour le verre des bouteilles ?

J'étais tellement stressée à ce propos avant de démarrer le projet que j'avais tout calibré avec le verrier (français) pour ne pas avoir ce type de problème. En outre, le groupe Bollinger aide en arrière-plan. Nous avons obtenu un calendrier au moins jusqu'à la fin de l'année. En revanche, ce qui va arriver, ce sont les hausses tarifaires : fin juillet, la verrerie avait déjà pris 20%. Pour l'instant, on ne répercute pas, mais à un moment donné, cela sera difficile...

Il est étonnant, dans ce contexte, que les marques ne mettent pas en oeuvre une forme de consigne ?

Nous réservons une petite surprise aux consommateurs : « Anaë » est gravé sous l'étiquette, et on leur suggère de garder la

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

bouteille et d'ôter l'étiquette pour en faire des vases, des carafes d'eau... Je rêve de remettre la consigne en place, j'y songe depuis longtemps, mais le gouvernement bloque à ce sujet et j'ai l'impression que les gros lobbys du verre sont à l'origine de cette situation. Alors qu'en Allemagne, ça se passe très bien. Il existe même des programmes avec les sans-abris qui ramassent du verre dans les rues pour gagner un peu d'argent. Cela me tient vraiment à coeur et j'espère voir rapidement changer les mentalités à ce propos !

___

Photographies | Géraldine Martens

CASTELNICOLAS2 - CISION 367499001

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

médiaCom'

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Bihebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Communication-Médias-Internet

Edition : **14 octobre 2022 P.13**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **430**

JUSTICE

Le fondateur du Groupe Castel dépose un recours contre une décision de justice en appel

Pierre Castel, le cofondateur du géant du vin Groupe Castel, à qui le fisc genevois réclame 410 millions de francs suisses, a déposé un recours contre une décision de justice en appel, a indiqué jeudi son avocat.

«Un recours auprès du tribunal fédéral a été déposé», a indiqué Gregory Clerc, avocat fiscaliste au sein du cabinet genevois Aegis.

Il n'a toutefois pas précisé à quelle date ce pourvoi en cassation avait été déposé auprès du Tribunal fédéral, la plus haute instance judiciaire en Suisse.

La semaine passée, le site d'investigations Gotham City a révélé que le nonagénaire, cofondateur du groupe propriétaire de marques de vin à succès telles que Baron de Lestac (anagramme de Castel), Kriter ou Listel, ainsi que du réseau de cavistes Nicolas, avait été condamné en appel par une Cour à Genève pour avoir omis de déclarer une partie de sa fortune.

Exilé en Suisse à la suite à l'élection de François Mitterrand en 1981, il s'était enregistré sous son deuxième prénom, Jesus, «ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc trente ans durant», avait précisé ce site spécialisé dans les affaires judiciaires.

Les fonctionnaires des impôts n'avaient fait le rapprochement qu'à lecture d'articles de presse, la fortune qui lui y était attribuée différant «notablement» de ses déclarations fiscales, a relevé justice genevoise dans sa décision.

Il est classé au onzième rang des personnes les plus riches de Suisse par le magazine suisse Bilan.

L'hebdomadaire français Challenges le classe pour sa part au dixième rang des plus grandes fortunes françaises avec un patrimoine estimé à 13,5 milliards d'euros.

«Jesus Sebastien Castel est son patronyme de naissance, et Pierre est un nom d'usage», a insisté son avocat lors d'un entretien.

«M. Castel a rempli toutes les formalités administratives sans exception en indiquant son nom complet, incluant ses prénoms de naissance et ce dès son arrivée en Suisse. Il n'a jamais fait usage de pseudonyme ou d'autre identité», a-t-il défendu.

Né en 1926, le nonénagénaire s'était fait appeler Pierre «très jeune» parce que, «dans les années en question», il était «mal vu d'être fils d'immigré», son prénom d'origine espagnol étant alors lourd à porter, a-t-il expliqué.

Dans son jugement, la chambre administrative de la Cour de justice de Genève a d'ailleurs écarté cet argument, cette juridiction d'appel reconnaissant qu'il était connu «tant sous le prénom de Jesus que de Pierre», a tenu à préciser l'avocat.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web CHE

Le Matin

www.lematin.ch

Famille du média : **Médias étrangers**
Audience : **2247930**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

14 Octobre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3443**

Visualiser l'article

Impôts: Genève lui réclame 410 millions, le multimilliardaire conteste

Pierre Castel a été condamné pour avoir dissimulé une partie de sa fortune. Il a décidé de recourir au Tribunal fédéral.

Le patrimoine de Pierre Castel est estimé à estimé à 13,5 milliards d'euros. AFP

Pierre Castel, le cofondateur du géant du vin Groupe Castel, à qui le fisc genevois réclame 410 millions de francs suisses, a déposé un recours contre une décision de justice en appel, a indiqué jeudi son avocat à l'AFP.

«Un recours auprès du Tribunal fédéral a été déposé», a indiqué Gregory Clerc, avocat fiscaliste au sein du cabinet genevois Aegis. Il n'a toutefois pas précisé à quelle date ce pourvoi en cassation avait été déposé auprès du Tribunal fédéral, la plus haute instance judiciaire en Suisse.

La semaine passée, le site d'investigations Gotham City a révélé que le nonagénaire, cofondateur du groupe propriétaire de marques de vin à succès telles que Baron de Lestac (anagramme de Castel), Kriter ou Listel, ainsi que du réseau de cavistes Nicolas, avait été condamné en appel par une Cour à Genève pour avoir omis de déclarer une partie de sa fortune.

Exilé en Suisse à la suite à l'élection de François Mitterrand en 1981, il s'était enregistré sous son deuxième prénom, Jesus, «ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc trente ans durant», avait précisé ce site spécialisé dans les affaires judiciaires.

Les fonctionnaires des impôts n'avaient fait le rapprochement qu'à lecture d'articles de presse, la fortune qui lui y était attribuée différant «notablement» de ses déclarations fiscales, a relevé justice genevoise dans sa décision, consultée par l'AFP.

Il est classé au onzième rang des personnes les plus riches de Suisse par le magazine suisse «Bilan». L'hebdomadaire français Challenges le classe pour sa part au dixième rang des plus grandes fortunes françaises avec un patrimoine estimé à 13,5 milliards d'euros.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

16 bouteilles par seconde

«Jesus Sebastien Castel est son patronyme de naissance, et Pierre est un nom d'usage», a insisté son avocat lors d'un entretien avec l'AFP. «M. Castel a rempli toutes les formalités administratives sans exception en indiquant son nom complet, incluant ses prénoms de naissance et ce dès son arrivée en Suisse. Il n'a jamais fait usage de pseudonyme ou d'autre identité», a-t-il défendu.

Né en 1926, le nonagénaire s'était fait appeler Pierre «très jeune» parce que, «dans les années en question», il était «mal vu d'être fils d'immigré», son prénom d'origine espagnol étant alors lourd à porter, a-t-il expliqué. Dans son jugement, la chambre administrative de la Cour de justice de Genève a d'ailleurs écarté cet argument, cette juridiction d'appel reconnaissant qu'il était connu «tant sous le prénom de Jesus que de Pierre», a tenu à préciser l'avocat.

Issu d'une famille modeste, M. Castel avait quitté l'école à l'âge de 11 ans et commencé à travailler comme ouvrier agricole avec son père avant de créer avec ses frères et soeurs un groupe de vins et boissons devenus un géant du secteur. La multinationale vend 500 millions de bouteilles par an à travers le monde, soit 16 par seconde, selon le site internet de Castel Frères.

CASTELNICOLAS2 - CISION 367491909

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Agen.

15 Octobre 2022
Durée de l'extrait : **00:27:57**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
15 Avril 2023

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220272066

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Le Canard enchaîné

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **N.C.**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales,Politique**

Edition : **19 octobre 2022 P.2**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **400**

Le fisc suisse fait la leçon à Bercy

DIXIÈME fortune professionnelle dans l'Hexagone selon le classement « Challenges », Pierre Castel avait fui la France au lendemain du 10 mai 1981, le jour de l'élection de François Mitterrand, pour gagner la Suisse. Quarante et un ans après, c'est sa patrie d'exilé fiscal qui vient de le trahir. Comme l'a révélé le site de Lausanne Gotham City, la justice cantonale genevoise vient de le condamner à 410 millions de francs suisses d'amende pour fraude fiscale durant les années 2007 à 2011. Les années précédentes sont couvertes par le délai de prescription.

Pour éviter de payer le moindre centime de franc helvète, Pierre Castel, aujourd'hui âgé de 96 ans, avait eu recours à une astuce d'une simplicité admirable : pour s'inscrire comme résident sur les rives du lac Léman, il avait utilisé non pas son premier prénom mais son second, Jesus, une substitution qui lui avait permis d'échapper à la vigilance des services fiscaux locaux.

Il a ainsi pu dissimuler au fisc genevois les dividendes que lui rapportait son empire. Pas moins de 240 sociétés, dispersées dans 40 pays, qui commercialisent du bordeaux, des mousseux, du rosé de Provence, de la bière, de l'eau minérale, telle Cristaline, et des alcools divers. Sans oublier les boutiques Nicolas, en France, et les marques de vin les plus vendues dans les grandes surfaces hexagonales et en Afrique. La fortune de Pierre Castel et de sa famille s'est en effet d'abord construite sur ce continent, notamment au Gabon et en Côte d'Ivoire, où il a toujours bénéficié de l'aide des gaullistes puis des chiraquiens.

Les dividendes de ses 240 sociétés atterrissent, à travers une multitude de sociétés situées à Panama ou à Gibraltar, dans une fondation domiciliée au Liechtenstein. Tous les dirigeants de ces entreprises sont, bien évidemment, des membres de sa famille : sœurs, neveux, nièces, petits-neveux et petites-nièces. Soit trois générations de Castel et alliés. Le groupe Castel n'est pas coté en Bourse et ne publie aucun compte consolidé. Mais fallait-il le préciser ?

Il ne reste plus à Bercy qu'à demander un coup de main à l'administration fiscale genevoise. Depuis la fin de leur sacro-saint secret fiscal, les Suisses ont l'air plus doués que les Français pour faire payer les vrais riches.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LA REVUE DU VIN DE FRANCE

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **400000**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Novembre 2022 P.28**

Journalistes : **J. B.**

Nombre de mots : **402**

En direct

Dans le vignoble

L'économie

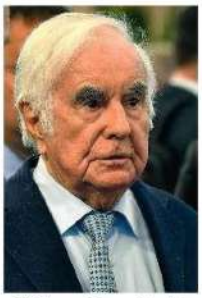
Castel avale le site Vinatis

Emmanuel Toussaint (à g.) et Olivier Ivangine ont créé le site Vinatis, qui compte 5 000 références à son catalogue.

Photos : D. R.

Le géant français vient de racheter l'un des sites leaders de vente de vins en ligne créé à Annecy en 2002. L'objectif : se diversifier sur Internet et à l'international.

Voici une opportunité à côté de laquelle le groupe Castel Frères ne pouvait pas passer tant le site de vente en ligne Vinatis semble coller à l'esprit du premier producteur de vins en France. Alors que le dossier Vinatis circulait depuis des mois chez les investisseurs, le groupe Castel Frères a annoncé début septembre avoir racheté le site de vente en ligne spécialisé dans les vins abordables et comptant à son catalogue plus de 5 000 références.



À 96 ans, Pierre Castel a piloté lui-même le rachat de Vinatis.

UN AN DE CHIFFRE D'AFFAIRES

Vinatis a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 70 millions d'euros en 2021, porté par l'effet confinement, mais aussi grâce à son développement en Europe (30 % de son activité), en Allemagne, en Italie, au Royaume-Uni et en Espagne, au B to B auprès des comités d'entreprises et à un service dédié aux mariages.

Créé en 2002 à Annecy par Emmanuel Toussaint et Olivier Ivangine, Vinatis s'est peu à peu imposé comme l'un des leaders de la vente de vins en ligne grâce à un positionnement stratégique sur un large choix de cuvées abordables et une logistique efficace. Le patriarche Pierre Castel, 96 ans, aurait lui-même validé le rachat de Vinatis pour un montant qui avoisinerait *« une année de chiffre d'affaires »*, selon une source proche du dossier.

Basé à Annecy, Vinatis emploie 130 collaborateurs. Le site devrait conserver son indépendance. Il rejoint le caviste Nicolas et le Savour (anciennement Savour Club), deux marques du groupe Castel Frères également présentes sur le Net, mais non concurrentes car elles proposent des offres de services différentes. L'intégration de Vinatis dans l'univers Castel devrait donc s'opérer sans heurt. Le terrain de jeu est vaste : jusqu'à présent, les activités de vente en ligne du groupe Castel Frères représentaient moins de 1 % du chiffre d'affaires du géant du vin.

Le processus de rachat est sur le point d'être finalisé et n'attend désormais que l'autorisation de l'Autorité de la concurrence pour être validé. **J. B.**

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

TENDANCE OUEST CAEN

Famille du média : **Médias régionaux (hors PQR)**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **187067**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **26 octobre 2022 P.4-5**

Journalistes : **Charlotte Hautin**

Nombre de mots : **585**

Reportage

Spiritueux : le calvados dans l'air du temps

■ Alors qu'une journée mondiale lui est désormais dédiée, le calvados tente de se moderniser.

■ Nouveau packaging, nouveaux arômes... Les producteurs veulent faire évoluer son image.

■ De nombreuses initiatives sont réalisées pour attirer les acheteurs vers ce spiritueux normand.

Lorsqu'on commence à parler de calvados à Caen et ses environs, tout le monde s'accorde pour dire qu'il connaît *"un oncle ou une tante qui en fabrique"*. Si les Normands sont attachés à cette image familiale et de terroir, de plus en plus de producteurs souhaitent donner un coup neuf à cette boisson trop connue et consommée, en digestif, à la fin du repas. Désormais, le calvados se décline : *"Le château du Breuil propose par exemple une liqueur à la vanille qui peut se boire en apéritif,* détaille Grégory Chevris, gérant de la Cave Nicolas, rue du 11-Novembre à Caen. *Ça va plaire aux personnes qui n'aiment pas les alcools trop forts."* La Famille Dupont propose, elle, l'original, un calvados *"très jeune qui va bien aller en cocktail"*, précise le caviste. D'autres optent pour un changement plus radical, en proposant par exemple du calvados arrangé. *"On a voulu faire quelque chose de fun"*, se remémore Kristen Paravisini. Pour le gérant de Terres Normandes à Cambremer, qui est aussi maître de chai, distillateur à la distillerie des Ambres, tradition n'est pas en contradiction avec modernité : *"Je prône le fait qu'on peut rester traditionnel tout en innovant. Ce ne sont pas les mêmes consommateurs ni les mêmes instants de dégustations."* Orange-café ou gingembre-citron vert font partie des recettes à découvrir. *"C'est favorable au calvados traditionnel puisque ça contribue à*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

le faire connaître." Ces calvados arrangés sont vendus uniquement chez des cavistes et épiceries fines à 80 % en Normandie. Une partie est vendue à l'export, en Belgique ou en Luxembourg.

Nouveau design

D'autres professionnels ont décidé de s'attaquer au visuel. C'est le cas de la Maison Drouin, qui a réinventé ses packagings. *"On a travaillé avec un designer pour avoir des étiquettes qui ont un impact visuel plus fort. On a retravaillé les polices, on a enlevé des dorures. On utilise par exemple un gros cachet de cire, qui est un élément traditionnel, mais en le mettant de manière très évidente sur le flan de la bouteille. Ça donne de la modernité"*, détaille Guillaume Drouin, aux commandes de la Maison Christian Drouin, fondée par son grand-père à Pont-l'Évêque. Aux domaines qui montent, cave installée rue de Bras à Caen, tout un pan de murs est dédié au calvados. Et les contenants aussi changent d'allure. Certaines maisons *"proposent des flashs à glisser dans la poche"*, décrit Bruno Didier, le gérant.

Les maisons de calvados ont aussi décidé de se rapprocher de la filière bar. *"On a la chance d'être à deux heures de Paris, donc on fait venir des barmans de la Capitale pour leur faire découvrir qui on est et comment on le produit"*, ajoute Guillaume Drouin. Désormais, les ventes dans les bars à cocktails représentent 20 % des volumes de la maison. Pour aller encore plus loin, la Famille Dupont veut mettre l'accent sur le *food payring. "C'est notre objectif pour 2023. L'idée est de conseiller nos calvados avec tel fromage ou tel plat"*, précise Marie Marois, directrice du Domaine à Victot-Pontfol.

Encore un bel avenir pour le calvados, à consommer avec modération bien sûr !

Charlotte Hautin

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5838393600508

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

AGRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **4273**
Sujet du média : **Agroalimentaire-Agriculture**

26 Octobre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **2678**

www.agra.fr

Visualiser l'article

Agrafil du 13 octobre 2022

Service de remplacement: les propositions de Stéphane Travert pour le développer

Réunie le 11 octobre pour donner son avis sur la deuxième partie du projet de loi de finances (PLF 2023), la commission des affaires économiques de l'Assemblée a adopté un amendement (n°CE 91), pour faire financer par l'État le remplacement d'un exploitant en cas d'urgence (décès, accident, hospitalisation). Porteur de l'amendement, le rapporteur de la mission Agriculture Stéphane Travert propose ainsi de généraliser «une expérimentation très positive menée dans le département de l'Orne», afin de sécuriser juridiquement et financièrement l'intervention d'un service de remplacement (SR) sur une exploitation non-adhérente. Dans le cadre d'un «rapport thématique», Stéphane Travert a présenté d'autres propositions pour développer le recours aux SR. Il recommande d'augmenter le taux de crédit d'impôt «à 70%» en cas de maladie ou d'accident, d'«augmenter la prise en charge à 28 jours» et de «pérenniser» le dispositif. Ces mesures font l'objet d'amendements déposés sur la première partie du PLF, a-t-il indiqué. Il préconise aussi de renforcer l'attractivité du métier d'agent de remplacement, et il appelle le gouvernement à «construire une stratégique publique plus forte» pour accroître l'efficacité du réseau des SR. «Cet outil (...) pourrait devenir un des fers de lance des politiques de renouvellement des générations et d'installation», a déclaré l'ancien ministre de l'Agriculture.

Crise de la bio: «attentif», le ministère de l'Agriculture vise le prochain plan ambition Bio

Se disant «attentif» à l'évolution du marché bio, l'entourage de Marc Fesneau indique à Agra presse que l'élaboration du programme Ambition Bio 2023-2027 sera, «à moyen terme», l'occasion d'une concertation «afin de déterminer les actions prioritaires, les moyens associés et les structures mobilisées pour identifier les nouveaux leviers de croissance et renouer avec la dynamique». Alors que la Confédération paysanne exige des mesures d'urgence, et que la FNSEA partage avec elle la nécessité d'une application plus stricte d'Egalim, le ministère de l'agriculture rappelle les actions mises en oeuvre dans les derniers mois. En plus d'une augmentation de l'enveloppe d'aides à la conversion, l'équipe du ministre souligne que le crédit d'impôt réservé aux agriculteurs bio a été relevé de 3500 à 4500 € jusqu'en 2025 dans le cadre du projet de loi de finances pour 2022. Autres mesures récentes : l'augmentation du fonds Avenir bio sur 2020 et 2021 grâce au Plan de relance, ou encore 500 000 € accordés à l'Agence bio et huit interprofessions pour leur campagne Bioréflexe. «L'interprofession laitière nationale, le Cniel, a notamment repris cette campagne en adaptant les messages aux spécificités de la filière laitière», se félicite-t-on rue de Varenne, alors que les coopératives laitières ont pour la plupart arrêté les conversions.

Crise de la bio : la Conf' demande une action gouvernementale d'urgence

Le gouvernement ne doit pas laisser l'agriculture biologique «se déstructurer, ni abandonner ses producteurs et productrices en cette période de crise», estime la Confédération paysanne dans un communiqué du 12 octobre. Baisse des soutiens publics, concurrence d'autres labels, ralentissement de la consommation (voir notre enquête): s'inquiétant d'une situation «alarmante», le syndicat souligne que «bon nombre de paysans et paysannes nous disent déjà qu'ils auront des difficultés à maintenir leur activité en 2023». Une situation face à laquelle la Conf' exige des mesures d'urgence dont une aide conjoncturelle forfaitaire, des outils «d'anticipation et de gestion de crise», ou encore une meilleure application de la loi Egalim, tant en matière d'approvisionnements bio dans les cantines que de construction des prix. Cette dernière revendication fait écho à celle de la FNSEA qui, dans un communiqué du 4 octobre, demandait aussi «une mise en oeuvre très stricte d'Egalim 1 et 2» dans le bio. La Confédération paysanne assure de son côté porter ces propositions depuis déjà plusieurs mois auprès du ministère de l'Agriculture. Et de prévenir que cette crise pourrait remettre en cause «l'ensemble des efforts réalisés ces dernières années pour organiser et développer les outils de production de la filière».

Aviculture: face à la flambée de l'énergie, la CFA alerte sur le risque d'arrêts de production

La CFA (aviculteurs, FNSEA) a alerté le 12 octobre sur le risque d'«arrêts de production» lié à la flambée des prix de l'énergie. «On a un risque réel cet hiver que des éleveurs arrêtent de produire», a mis en garde le président Jean-Michel Schaeffer, lors de son assemblée générale. Et de pointer «les hausses vertigineuses» du prix de l'énergie, qui affectent les éleveurs mais aussi toute la filière avicole, des fabricants d'aliments aux abattoirs. «La hausse des coûts de production n'est malheureusement pas finie», avec des factures de gaz et d'électricité multipliées par quatre ou par cinq, selon lui. S'adressant au ministre de l'Agriculture, Jean-Michel Schaeffer a réclamé un meilleur accès aux aides pour les entreprises énergo-intensives. Message bien reçu par Marc Fesneau : «On a notifié à Bruxelles un régime d'aide modifié» sur les critères

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

d'année de référence, de chiffre d'affaires et avec des montants d'aide multipliés par deux, a-t-il annoncé pendant l'AG. Mais la hausse des coûts de production concerne aussi d'autres postes, notamment l'alimentation (60% des charges), souligne la CFA. Si une partie a pu être répercutée auprès des distributeurs, en volaille de chair, canard gras, lapin, cela reste «insuffisant», d'après Jean-Michel Schaeffer.

Agrivoltaïsme : au Royaume-Uni, les projets solaires bientôt restreints (presse)

Le gouvernement britannique envisage d'interdire l'agrivoltaïsme sur la plupart des surfaces, a révélé le 10 octobre le journal The Guardian. Un changement de classification des terres concernées est en préparation, qui exclurait tout projet d'énergie solaire sur 41 % du territoire et 58 % des surfaces agricoles, d'après le journal. Le nouveau secrétaire d'État à l'Environnement Ranil Jayawardena s'oppose à l'installation de panneaux solaires sur les fermes, arguant que l'agrivoltaïsme entrave son programme de croissance de la production alimentaire, écrit The Guardian. D'autres restent à convaincre au sein du gouvernement, notamment le ministère de l'Energie qui mène au contraire une dérégulation de l'industrie pétrolière et gazière. Mais la Première ministre Liz Truss a promis de restreindre l'agrivoltaïsme lors de sa campagne électorale. Cette décision intervient alors qu'en France, le président de la République a promis d'encadrer le développement de l'agrivoltaïsme, tout en permettant son expansion. Le gouvernement déposera en ce sens un amendement au projet de loi d'Accélération des énergies renouvelables (AER), a-t-il promis.

Vin: le fondateur du groupe Castel dans le viseur du fisc genevois

Les autorités fiscales genevoises réclament 410 millions de francs suisses (424 millions d'euros) à Pierre Castel, le cofondateur du géant français des vins et boissons Groupe Castel, un des plus riches Français de Suisse, condamné pour avoir omis pendant des années de déclarer une partie de sa fortune. Le nonagénaire, à la tête de ce groupe propriétaire de plusieurs marques de vin à succès telles que Baron de Lestac, Kriter ou Listel, ainsi que du réseau de cavistes Nicolas, avait quitté la France suite à l'élection du président socialiste François Mitterrand, en 1981. Il s'était enregistré en Suisse sous le nom de Jesus Castel, utilisant son deuxième prénom, «ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc trente ans durant», a révélé la semaine passée le site suisse d'investigation judiciaire Gotham City, en précisant que M. Castel avait omis de déclarer était à la tête du Groupe Castel et qu'il touchait «d'importants dividendes via une fondation au Liechtenstein». Dans une décision datant du 5 juillet, consultée par l'AFP mercredi, les juges de la Chambre administrative de la Cour de justice de Genève, une juridiction d'appel, expliquent que les fonctionnaires des impôts ont fait le rapprochement lorsqu'ils ont constaté que les déclarations fiscales de M. Castel «différaient notablement des éléments de revenus et de fortune qui lui étaient attribués par la presse».

Algues vertes: la région Bretagne «très vigilante» au maintien des fonds de l'Etat sur les Maec

Alors que la nouvelle programmation de la Pac retirera le pilotage des mesures agro-environnementales systémiques (Maec) aux régions, «Julien Denormandie avait promis que les sommes des différentes enveloppes de l'État continueraient d'être affectées aux huit baies affectées par les algues vertes sans qu'il y ait de recul», rappelle Loïg Chesnais-Girard, président de la région Bretagne, à l'occasion d'un échange avec la presse le 12 octobre. Un engagement sur lequel son équipe et lui se montreront «très vigilants dans les mois et années qui viennent», prévient-il. Selon les informations d'Agra Presse, les fonds du Feader dédiés aux algues vertes devraient augmenter sur la programmation, mais cette hausse ne devra pas, selon la région, encourager l'État à diminuer d'autant son propre financement. Autre demande à Rennes: «L'État doit se donner les moyens de renforcer les contrôles», défend Loïg Chesnais-Girard, visant notamment les agriculteurs qui ne couvriraient pas leurs fosses. Pour le troisième plan algues vertes, qui sera voté le 14 octobre au sein du conseil régional, la Bretagne prévoit de son côté d'accentuer le travail sur le foncier, comme recommandé par la Cour des comptes, en revoyant notamment la convention avec les Safer pour préempter le double de surface dans les baies concernées par les algues vertes à l'échelle du plan, soit 500 ha. Pour accéder aux aides à l'investissement (PCAEA), les agriculteurs devront par ailleurs signer un «contrat de transition agroécologique».

Crédit d'impôt HVE : un député girondin s'insurge contre le projet de suppression

Adoptée récemment par les députés de la commission des finances, «la suppression du crédit d'impôt HVE est une faute», estime le député girondin de la majorité Pascal Lavergne (Territoires de progrès), dans un communiqué du 11 octobre. Ingénieur agronome, ancien viticulteur et désormais éleveur bovin, l'élu rappelle que le dispositif «rencontre un franc succès, et en particulier au sein du monde viticole», avec plus de 24 800 exploitations bénéficiant de la certification environnementale de niveau 3 au 1 er janvier 2022. «C'est contre l'avis du gouvernement et contre l'avis du ministère de l'Agriculture que cette suppression a été votée en Commission des finances», souligne Pascal Lavergne. Au début de l'été,

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

lors de l'examen du projet de loi de finances rectificative pour 2023, Bruno Le Maire avait cependant soutenu cette suppression déjà portée à l'époque par le rapporteur Jean-René Cazeneuve, estimant pertinent de «prendre le temps nécessaire pour évaluer» les bénéfices de la HVE, et en «reparler lors du projet de loi de finances initiale». Ces bénéfices devraient être éclaircis par l'étude commandée par les ministères sur la HVE, qui n'a toujours pas été publiée. Lors du précédent PLF, le crédit d'impôt avait été défendu au sein de la majorité par la députée du Tarn Marie-Christine Verdier-Jouclas, co-présidente du groupe vin de l'Assemblée. Elle a été battue lors des dernières législatives.

Escargots: les héliciculteurs en quête d'une association nationale

Dans un rapport publié fin septembre, le CGAAER (ministère de l'Agriculture) suggère aux pouvoirs publics d'accompagner la structuration de la filière hélicicole française (escargots), notamment en vue de la création d'une association nationale des producteurs (environ 300 en France métropolitaine), actuellement éclatés en cinq associations régionales. Le CGAAER propose ainsi d'«accompagner financièrement l'animation de la filière et la relance de la recherche». Le manque de maîtrise technique et de «professionnalisme» est également pointé du doigt par les auteurs du rapport. Un constat à mettre en lien avec un autre écueil de la filière nationale: le manque d'offre de jeunes escargots à élever (naissains) sur le territoire, qui conduit à des importations et bride la possibilité de créer un label «Escargot de France» (nés, élevés et transformés en France) ; les auteurs proposent d'ailleurs de fixer, à terme, comme objectif la création d'une telle filière. La France est un important consommateur d'escargots, mais repose essentiellement sur les importations. En 2019 et 2020, les industriels de la conservation ont mis sur le marché des GMS et de la restauration, entre «10 400 t et 14 300 tonnes» d'équivalent escargots vivants, issus de l'importation. Tandis que les héliciculteurs français, qui élèvent et transforment leurs animaux pour les circuits courts, mettent 1000 tonnes sur le marché.

Porc: la Cour suprême examine la loi californienne sur le bien-être animal

Une loi de Californie, visant à diminuer la souffrance animale dans les élevages de porcs, va être examinée d'ici juin par la Cour suprême des Etats-Unis. A la suite d'un référendum d'initiative populaire, cet Etat de l'Ouest aux vues très progressistes a adopté en 2018 une loi interdisant de vendre sur son sol des cochons élevés dans des espaces trop confinés. L'industrie du porc avait saisi la justice en accusant la Californie -- qui produit peu de la viande de porc qu'elle consomme -- de vouloir imposer ses valeurs aux autres Etats américains. Selon ses représentants, la loi risque de provoquer une hausse des coûts de production et donc des prix du jambon, bacon et autres charcuteries. Surtout, plaident-ils, cette loi viole la Constitution des Etats-Unis qui interdit aux Etats d'adopter des lois portant atteinte aux échanges commerciaux dans le pays. Après avoir été débouté par les tribunaux, ils se sont tournés vers la Cour suprême, qui a semblé déconcertée par ce dossier. Une première audience a eu lieu le 11 octobre. La cour doit rendre sa décision d'ici au 30 juin.

Agroalimentaire: Unigrains annonce la création d'une filiale en Italie

La société d'investissement Unigrains annonce, dans un communiqué du 12 octobre, la création d'une nouvelle filiale basée à Milan, Unigrains Italia. Le groupe a l'ambition d'investir 80 à 100M€ sur cinq ans, en direct et en fonds propres, dans une dizaine de PME-ETI italiennes «de toute la chaîne de valeur agroalimentaire». «Unigrains Italia interviendra en tant qu'investisseur sectoriel, responsable et de long terme au capital des PME-ETI italiennes de l'agroalimentaire valorisées entre 30 et 120M€ avec des tickets d'investissement unitaires compris entre 8 et 25M€ en prise finale», explique le communiqué. Le groupe accentue son développement en Europe avec l'objectif de devenir «l'investisseur-partenaire de référence des entreprises de l'agroalimentaire en Europe de l'Ouest». Il est présent sur le marché italien depuis 2016 à travers un fonds d'investissement : 55M€ investis dans huit PME. Le nouveau programme d'investissement visera «des entreprises de taille plus importante» et sera «financé exclusivement sur fonds propres». Unigrains dispose de 80 participations en portefeuille et de 930M€ en fonds propres, précise le groupe.

Biogaz: le Grand Est en tête des régions consommatrices de Cive

D'après le récent recensement réalisé par FranceAgriMer, le Grand Est est, de loin, la région la plus consommatrice de Cive (cultures intermédiaires à vocation énergétique) pour ses unités de méthanisation. D'après les estimations de surfaces tirées des déclarations d'intrants des méthaniseurs, les besoins recouvriraient 101 464 hectares dans cette région. Elle devance deux autres régions importantes pour les grandes cultures : la Normandie (34 581 hectares) et les Hauts de France (37129 hectares). Rapportées aux surfaces totales de grandes cultures, les hectares de Cive restent peu nombreux, même en Grand Est (6 %). C'est la région Paca qui affiche le plus important taux de Cive, à 11 %, avec un peu moins de 8 000 hectares. Les régions d'élevage paraissent plutôt en retrait en taux d'utilisation, ce qui peut s'expliquer par une plus grande disponibilité des effluents d'élevage pour la fertilisation azotée et comme intrants de méthaniseurs. Publiés en septembre par FranceAgriMer,

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

les chiffres sur la consommation de Cive comportaient deux erreurs - corrigées depuis sur le document en ligne . Ces erreurs portaient sur les surfaces des régions Bourgogne Franche Comté et Grand Est, et conduisaient à placer les Hauts de France en tête des régions consommatrices de Cive (voir notre article paru en septembre dans Agra presse, corrigé depuis).

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367703973

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **95992**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

26 Octobre 2022
Journalistes : **Aude Lutun**
Nombre de mots : **844**

www.vitisphere.com

Visualiser l'article

Rétrospective Exel Industries retrace 70 ans de progrès pour les pulvérisateurs de la vigne

À l'occasion de ses soixante-dix ans, Exel Industries a organisé une exposition éphémère de vieux pulvérisateurs retraçant les grands progrès réalisés sur ces machines.

Exposition de vieux pulvérisateurs d'Exel Industries au Musée du vin de Champagne et d'archéologie régionale, à Épernay (Marne) le 5 octobre 2022 à l'occasion des 70 ans de l'entreprise. - crédit photo : AGTRACKS

Le 5 octobre, Exel Industries fêtait ses soixante-dix ans au Musée du vin de Champagne et d'archéologie régionale, à Épernay (Marne). Pour l'occasion, cette entreprise qui détient les marques Berthoud, Tecnoma, Nicolas et Thomas a organisé une exposition éphémère de 28 vieux pulvérisateurs. *« Des apprentis et des étudiants ont rénové ces machines, chapeautés par des retraités de notre entreprise, des passionnés. Certaines pièces ont été refaites à l'aide d'imprimante 3D »* , précise Arnaud Romoli, directeur commercial, marketing marché et communication de France Pulvé, l'entité qui rassemble toutes les marques de pulvérisateurs d'Exel Industries. De fait, pas un boulon ne manquait sur ces outils remis à neuf ! Du Vermorel à dos et à bras...

Les plus vieux pulvés exposés datent des années 1920. Ce sont des appareils à dos, manuels bien sûr, à pression et à bras, équipés d'un piston à membrane, des copies de l'Éclair, le premier pulvérisateur de ce type, inventé par Victor Vermorel à la fin du XIXe siècle et qui connut un tel succès que tous ces pulvés à dos prirent le nom générique de Vermorel.

« La pression était alors d'environ 2 bars , rappelle Claude Amat, directeur commercial des enjambeurs et des vignes étroites d'Exel. *On appliquait de 150 à 200 litres de bouillie par hectare. Puis, des machines à traction animale sont apparues, avec leur pompe entraînée par les roues et qui mettait légèrement le produit sous pression. »* Datant d'avant la Seconde Guerre

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

mondiale, ces appareils étaient équipés de deux ou trois jets par côté, chacun fixé sur une tige.

Pulvé Berthoud Tobbogan à traction animale (Crédit photo AGTRACKS).

Après la guerre est arrivée la pompe à piston membrane, une invention de Vincent Ballu, le père de l'actuel président d'Exel Industries Patrick Ballu, qui s'est rapidement généralisée à tous les pulvérisateurs. Les atomiseurs datent de la même époque. Le plus ancien appareil de cette famille exposé à Épernay était un Vermorel destiné à l'arboriculture. Il était tiré par un cheval, comme en atteste le siège qui l'équipe. La pompe était entraînée par un moteur thermique auxiliaire, un Japy. *« À l'époque, les innovations provenaient essentiellement de l'arboriculture, puis étaient adaptées à la viticulture »* , souligne Arnaud Romoli.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367709701

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Probablement l'un des premiers atomiseurs Vermorel motorisés et encore tiré par un cheval (Crédit photo AGTRACKS) .

Les années 1960 voient l'invention du pneumatique par la société Lachazette, une technologie spécialement développée pour la viticulture, dont Tecnoma et Berthoud se sont emparés par la suite.

... Au Turbocoll à jet porté

Dans les années 1990, pour répondre aux nouvelles exigences environnementales, le groupe travaille à appliquer *« la bonne dose au bon endroit »* . Ses recherches aboutissent au lancement du Turbocoll en 1994, un jet porté à flux laminaire. *« Turbocoll a été élaboré par un comité de progrès comprenant cinq vignerons,* précise Arnaud Romoli. *Nous nous appuyons sur des vignerons passionnés qui consacrent trois semaines par an à participer à la conception et au test de nos machines. »*

Précijet Vigne, sorti en 2009, est l'évolution logique de Turbocoll. Il permet une vitesse d'air plus importante pour une meilleure pénétration de la bouillie dans les vignes vigoureuses et un allègement des descentes, leur poids passant de 4 à 5 kg, alors que dans le cas du Turbocoll il était de 1 à 2 kg.

En 2020, le groupe lance sa première rampe avec panneau récupérateur, le Paneljet. La même année, il met au point le robot enjambeur autonome Traxx pour le travail du sol et la pulvérisation confinée. Le 5 octobre cette machine était présentée sous le regard attentif de nombreux professionnels dans l'enceinte du musée, à quelques mètres des vieux outils. Une cohabitation éphémère qui témoigne de l'évolution très rapide, ces dernières décennies, du machinisme viticole.

L'inventeur de l'enjambeur

Lors de son discours Patrick Ballu, président d'Exel Industries, a rappelé que Vincent Ballu, son père, a inventé le premier enjambeur. « Alors jeune représentant commercial de Vermorel, il imagine un tracteur-enjambeur vigneron, qui passe par-dessus les vignes, a-t-il raconté. [En 1947], il conçoit et fabrique lui-même, dans un atelier mis à sa disposition par Moët, le premier tracteur-enjambeur vigneron au monde. » En 1952, Vincent Ballu fonde la société Tecnoma pour commercialiser son enjambeur. Par la suite, il invente la pompe à piston-membrane (brevetée) et les buses en résine de synthèse, *« un*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

matériau qui résiste beaucoup mieux que le cuivre aux nouveaux produits nitrés, souligne Patrick Ballu. *C'est un succès immédiat : les agriculteurs et les vignerons reconnaissent aussitôt qu'elles sont plus pratiques, plus légères, plus performantes, plus résistantes et en plus elles sont moins chères ».*

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367709701

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MENTIONS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: Le caviste Nicolas a été fondé en 1822.

1 Octobre 2022
Durée de l'extrait : **00:26:04**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
1 Avril 2023

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220256856

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: Le caviste Nicolas a été fondé en 1822.

2 Octobre 2022
Durée de l'extrait : **00:26:28**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
2 Avril 2023

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220257491

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

Franck Ferrand raconte

5 Octobre 2022
Durée de l'extrait : **00:04:50**
Heure de passage : **09h15**
Disponible jusqu'au :
5 Avril 2023

Franck FERRAND

Résumé: L'histoire de Sempé, l'un des créateurs de l'oeuvre de littérature "Le Petit Nicolas", est racontée. Le personnage est appelé Nicolas, car il s'est inspiré d'une publicité sur un bus pour le grand caviste Nicolas.

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
09:00 - 09:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Culture/Arts, littérature et culture générale

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220260927

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Agences de presse**
Périodicité : **En continu**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **07 octobre 2022 P.2-3**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **568**

07/10/2022 06:00:09 GMT

Cinéma: Sempé et Goscinny, les blessures des papas du "Petit Nicolas"

Un gamin battu, monté à Paris ses croquis sous le bras, et un exilé dont la famille a été meurtrie par l'antisémitisme: pour Goscinny comme pour Sempé, décédé cet été, créer le "Petit Nicolas" fut un moyen de panser ses plaies, une genèse retracée sur grand écran mercredi.

Le processus créatif à l'origine du plus célèbre des petits écoliers, héros incontournable de la littérature jeunesse, et doublement orphelin depuis la mort de Jean-Jacques Sempé, 45 ans après celle de René Goscinny, est au coeur du film "Le Petit Nicolas, qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?".

Pour ce long-métrage d'animation qui s'adresse avant tout aux adultes et a remporté en juin le Cristal d'Or au Festival du film d'animation d'Annecy, les réalisateurs Amandine Fredon et Benjamin Massoubre ont pu rencontrer Sempé avant son décès.

Loin de la France idéalisée des années 1950, leur film montre comment ils ont puisé l'inspiration dans leurs blessures intimes et leurs enfances cabossées pour créer le petit garçon espiègle, meilleur copain de générations de lecteurs et vendu à 15 millions d'exemplaires.

Lorsqu'il rencontre Sempé dans le Paris des années 1950, Goscinny est un jeune homme qui a déjà roulé sa bosse: parti tout petit à la fin des années 1920 en Argentine avec ses parents alors que l'antisémitisme montait en Europe, il a ensuite bourlingué entre les Etats-Unis où il rêve de travailler avec Walt Disney, et rencontre notamment Morris, le créateur de Lucky Luke, et la France.

Sempé, lui, est un gamin issu d'une famille populaire de Bordeaux, battu par son beau-père et monté à Paris, carton à dessin sous le bras, pour tenter sa chance. L'amour du dessin n'est donc pas la seule chose qui relie les deux jeunes hommes.

La création du "Petit Nicolas", "c'est une histoire de résilience, de deux mecs qui se sont fait voler leur enfance, l'un par la Shoah et l'autre par un beau-père abusif, et qui vont créer cette enfance rêvée du Petit Nicolas", expliquait à l'AFP Benjamin Massoubre lors du Festival d'Annecy.

- "Dur de faire du Sempé" -

L'occasion de montrer autrement ces deux personnalités complices, crayon à la main, tantôt chez eux, tantôt à la terrasse d'un café: "Goscinny, très loin de son image de franchouillard en pantoufles, est un globe-trotteur", Sempé en amoureux du jazz et de la musique.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Les premiers croquis, le choix du prénom, presque au hasard, grâce à une publicité pour le caviste "Nicolas"... Le film retrace la genèse de ce qui deviendra l'une des oeuvres les plus lues du patrimoine français.

Les réalisateurs, qui ont travaillé main dans la main avec la fille de René Goscinny, Anne, ont pu exploiter les archives des artistes. Et recréer fidèlement le trait élégant de Jean-Jacques Sempé, qu'il a fallu adapter à l'écran, une gageure.

"Pour être fidèles à son univers, on est partis de ses dessins et on a fait des dossiers: les restaurants, les bars, les parcs, les arbres", pour constituer une base de données dans lesquels les dessinateurs puisaient, explique Amandine Fredon, l'autre réalisatrice.

"C'est très dur de faire du Sempé", reconnaît la cinéaste. Mais le pari est réussi: le film permettra aux spectateurs de s'asseoir comme s'ils y étaient à la table où Jean-Jacques Sempé, crayon à la main, a créé ce petit garçon qui parlait tellement à l'enfant malheureux qu'il avait été.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

TV5MONDE

information.tv5monde.com

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**
Audience : **963964**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

7 Octobre 2022
Journalistes : **Francois BECKER**
Nombre de mots : **3679**

Visualiser l'article

Cinéma: Sempé et Goscinny, les blessures des papas du "Petit Nicolas"

AFP

Un gamin battu, monté à Paris ses croquis sous le bras, et un exilé dont la famille a été meurtrie par l'antisémitisme: pour Goscinny comme pour Sempé, décédé cet été, créer le "Petit Nicolas" fut un moyen de panser ses plaies, une genèse retracée sur grand écran mercredi.

Le processus créatif à l'origine du plus célèbre des petits écoliers, héros incontournable de la littérature jeunesse, et doublement orphelin depuis la mort de Jean-Jacques Sempé, 45 ans après celle de René Goscinny, est au coeur du film "Le Petit Nicolas, qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?".

Pour ce long-métrage d'animation qui s'adresse avant tout aux adultes et a remporté en juin le Cristal d'Or au Festival du film d'animation d'Annecy, les réalisateurs Amandine Fredon et Benjamin Massoubre ont pu rencontrer Sempé avant son décès.

Loin de la France idéalisée des années 1950, leur film montre comment ils ont puisé l'inspiration dans leurs blessures intimes et leurs enfances cabossées pour créer le petit garçon espiègle, meilleur copain de générations de lecteurs et vendu à 15 millions d'exemplaires.

Lorsqu'il rencontre Sempé dans le Paris des années 1950, Goscinny est un jeune homme qui a déjà roulé sa bosse: parti tout petit à la fin des années 1920 en Argentine avec ses parents alors que l'antisémitisme montait en Europe, il a ensuite bourlingué entre les Etats-Unis où il rêve de travailler avec Walt Disney, et rencontre notamment Morris, le créateur de Lucky Luke, et la France.

Sempé, lui, est un gamin issu d'une famille populaire de Bordeaux, battu par son beau-père et monté à Paris, carton à dessin sous le bras, pour tenter sa chance. L'amour du dessin n'est donc pas la seule chose qui relie les deux jeunes hommes.

La création du "Petit Nicolas", "c'est une histoire de résilience, de deux mecs qui se sont fait voler leur enfance, l'un par la Shoah et l'autre par un beau-père abusif, et qui vont créer cette enfance rêvée du Petit Nicolas", expliquait à l'AFP Benjamin Massoubre lors du Festival d'Annecy.

- "Dur de faire du Sempé" -

L'occasion de montrer autrement ces deux personnalités complices, crayon à la main, tantôt chez eux, tantôt à la terrasse d'un café: "Goscinny, très loin de son image de franchouillard en pantoufles, est un globe-trotteur", Sempé en amoureux du jazz et de la musique.

Les premiers croquis, le choix du prénom, presque au hasard, grâce à une publicité pour le caviste "Nicolas"... Le film retrace la genèse de ce qui deviendra l'une des oeuvres les plus lues du patrimoine français.

Les réalisateurs, qui ont travaillé main dans la main avec la fille de René Goscinny, Anne, ont pu exploiter les archives des artistes. Et recréer fidèlement le trait élégant de Jean-Jacques Sempé, qu'il a fallu adapter à l'écran, une gageure.

"Pour être fidèles à son univers, on est partis de ses dessins et on a fait des dossiers: les restaurants, les bars, les parcs, les arbres", pour constituer une base de données dans lesquels les dessinateurs puisaient, explique Amandine Fredon, l'autre réalisatrice.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

"C'est très dur de faire du Sempé", reconnaît la cinéaste. Mais le pari est réussi: le film permettra aux spectateurs de s'asseoir comme s'ils y étaient à la table où Jean-Jacques Sempé, crayon à la main, a créé ce petit garçon qui parlait tellement à l'enfant malheureux qu'il avait été.

CASTELNICOLAS2 - CISION 367342439

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Cinéma: Sempé et Goscinny, les blessures des papas du "Petit Nicolas"

Un gamin battu, monté à Paris ses croquis sous le bras, et un exilé dont la famille a été meurtrie par l'antisémitisme: pour Goscinny comme pour Sempé, décédé cet été, créer le "Petit Nicolas" fut un moyen de panser ses plaies, une genèse retracée sur grand écran mercredi.

Le processus créatif à l'origine du plus célèbre des petits écoliers, héros incontournable de la littérature jeunesse, et doublement orphelin depuis la mort de Jean-Jacques Sempé, 45 ans après celle de René Goscinny, est au coeur du film "Le Petit Nicolas, qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?".

Pour ce long-métrage d'animation qui s'adresse avant tout aux adultes et a remporté en juin le Cristal d'Or au Festival du film d'animation d'Annecy, les réalisateurs Amandine Fredon et Benjamin Massoubre ont pu rencontrer Sempé avant son décès.

Loin de la France idéalisée des années 1950, leur film montre comment ils ont puisé l'inspiration dans leurs blessures intimes et leurs enfances cabossées pour créer le petit garçon espiègle, meilleur copain de générations de lecteurs et vendu à 15 millions d'exemplaires.

Lorsqu'il rencontre Sempé dans le Paris des années 1950, Goscinny est un jeune homme qui a déjà roulé sa bosse: parti tout petit à la fin des années 1920 en Argentine avec ses parents alors que l'antisémitisme montait en Europe, il a ensuite bourlingué entre les Etats-Unis où il rêve de travailler avec Walt Disney, et rencontre notamment Morris, le créateur de Lucky Luke, et la France.

Sempé, lui, est un gamin issu d'une famille populaire de Bordeaux, battu par son beau-père et monté à Paris, carton à dessin sous le bras, pour tenter sa chance. L'amour du dessin n'est donc pas la seule chose qui relie les deux jeunes hommes.

La création du "Petit Nicolas", "c'est une histoire de résilience, de deux mecs qui se sont fait voler leur enfance, l'un par la Shoah et l'autre par un beau-père abusif, et qui vont créer cette enfance rêvée du Petit Nicolas", expliquait à l'AFP Benjamin Massoubre lors du Festival d'Annecy.

- "Dur de faire du Sempé" -

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

L'occasion de montrer autrement ces deux personnalités complices, crayon à la main, tantôt chez eux, tantôt à la terrasse d'un café: "Goscinny, très loin de son image de franchouillard en pantoufles, est un globe-trotteur", Sempé en amoureux du jazz et de la musique.

Les premiers croquis, le choix du prénom, presque au hasard, grâce à une publicité pour le caviste "Nicolas"... Le film retrace la genèse de ce qui deviendra l'une des oeuvres les plus lues du patrimoine français.

Les réalisateurs, qui ont travaillé main dans la main avec la fille de René Goscinny, Anne, ont pu exploiter les archives des artistes. Et recréer fidèlement le trait élégant de Jean-Jacques Sempé, qu'il a fallu adapter à l'écran, une gageure.

"Pour être fidèles à son univers, on est partis de ses dessins et on a fait des dossiers: les restaurants, les bars, les parcs, les arbres", pour constituer une base de données dans lesquels les dessinateurs puisaient, explique Amandine Fredon, l'autre réalisatrice.

"C'est très dur de faire du Sempé", reconnaît la cinéaste. Mais le pari est réussi: le film permettra aux spectateurs de s'asseoir comme s'ils y étaient à la table où Jean-Jacques Sempé, crayon à la main, a créé ce petit garçon qui parlait tellement à l'enfant malheureux qu'il avait été.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

www.france24.com

Famille du média : **TV Câble/Sat**
Audience : **9107654**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

7 Octobre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **4183**

Visualiser l'article

Cinéma: Sempé et Goscinny, les blessures des papas du "Petit Nicolas"

De gauche à droite, le producteur Lilian Eche, l'acteur Laurent Lafitte, la scénariste Anne Goscinny, le réalisateur Benjamin Massoubre, la réalisatrice Amandine Fredon, l'acteur Simon Faliu, l'acteur Alain Chabat, le compositeur Ludovic Bource, le producteur Aton Soumache lors de la présentation du film "Le Petit Nicolas, qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?" à Cannes, le 21 mai 2022 LOIC VENANCE AFP/Archives

Paris (AFP) Un gamin battu, monté à Paris ses croquis sous le bras, et un exilé dont la famille a été meurtrie par l'antisémitisme: pour Goscinny comme pour Sempé, décédé cet été, créer le "Petit Nicolas" fut un moyen de panser ses plaies, une genèse retracée sur grand écran mercredi.

Le processus créatif à l'origine du plus célèbre des petits écoliers, héros incontournable de la littérature jeunesse, et doublement orphelin depuis la mort de Jean-Jacques Sempé, 45 ans après celle de René Goscinny, est au coeur du film "Le Petit Nicolas, qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?".

Pour ce long-métrage d'animation qui s'adresse avant tout aux adultes et a remporté en juin le Cristal d'Or au Festival du film d'animation d'Annecy, les réalisateurs Amandine Fredon et Benjamin Massoubre ont pu rencontrer Sempé avant son décès.

Loin de la France idéalisée des années 1950, leur film montre comment ils ont puisé l'inspiration dans leurs blessures intimes et leurs enfances cabossées pour créer le petit garçon espiègle, meilleur copain de générations de lecteurs et vendu à 15 millions d'exemplaires.

Lorsqu'il rencontre Sempé dans le Paris des années 1950, Goscinny est un jeune homme qui a déjà roulé sa bosse: parti tout petit à la fin des années 1920 en Argentine avec ses parents alors que l'antisémitisme montait en Europe, il a ensuite bourlingué entre les Etats-Unis où il rêve de travailler avec Walt Disney, et rencontre notamment Morris, le créateur de Lucky Luke, et la France.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Sempé, lui, est un gamin issu d'une famille populaire de Bordeaux, battu par son beau-père et monté à Paris, carton à dessin sous le bras, pour tenter sa chance. L'amour du dessin n'est donc pas la seule chose qui relie les deux jeunes hommes.

La création du "Petit Nicolas", "c'est une histoire de résilience, de deux mecs qui se sont fait voler leur enfance, l'un par la Shoah et l'autre par un beau-père abusif, et qui vont créer cette enfance rêvée du Petit Nicolas", expliquait à l'AFP Benjamin Massoubre lors du Festival d'Annecy.

"Dur de faire du Sempé"

L'occasion de montrer autrement ces deux personnalités complices, crayon à la main, tantôt chez eux, tantôt à la terrasse d'un café: "Goscinny, très loin de son image de franchouillard en pantoufles, est un globe-trotteur", Sempé en amoureux du jazz et de la musique.

Les premiers croquis, le choix du prénom, presque au hasard, grâce à une publicité pour le caviste "Nicolas"... Le film retrace la genèse de ce qui deviendra l'une des oeuvres les plus lues du patrimoine français.

Les réalisateurs, qui ont travaillé main dans la main avec la fille de René Goscinny, Anne, ont pu exploiter les archives des artistes. Et recréer fidèlement le trait élégant de Jean-Jacques Sempé, qu'il a fallu adapter à l'écran, une gageure.

"Pour être fidèles à son univers, on est partis de ses dessins et on a fait des dossiers: les restaurants, les bars, les parcs, les arbres", pour constituer une base de données dans lesquels les dessinateurs puisaient, explique Amandine Fredon, l'autre réalisatrice.

"C'est très dur de faire du Sempé", reconnaît la cinéaste. Mais le pari est réussi: le film permettra aux spectateurs de s'asseoir comme s'ils y étaient à la table où Jean-Jacques Sempé, crayon à la main, a créé ce petit garçon qui parlait tellement à l'enfant malheureux qu'il avait été.

© 2022 AFP

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Limoges. Cette année, Nicolas fête ses 200 ans.

9 Octobre 2022
Durée de l'extrait : **00:28:13**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
9 Avril 2023

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Un film d'animation raconte comment "Le Petit Nicolas" est né des enfances cabossées de Goscinny et Sempé

"Le Petit Nicolas, qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?", en salles mercredi 12 octobre, montre comment Sempé et Goscinny ont puisé l'inspiration dans leurs blessures intimes pour créer le personnage du petit garçon espiègle, meilleur copain de plusieurs générations de lecteurs.

Une image du film d'animation "Le Petit Nicolas - Qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?" de Amandine Fredon et Benjamin Massoubre. (2022 ONYX FILMS BIDIBUL PRODUCTIONS RECTANGLE PRODUCTIONS CHAPTER 2)

D'un côté un gamin battu, monté à Paris ses croquis sous le bras; de l'autre un exilé dont la famille a été meurtrie par l'antisémitisme : pour Goscinny comme pour Sempé, créer le *Petit Nicolas* fut un moyen de panser ses plaies. Le processus créatif à l'origine du petit héros incontournable de la littérature jeunesse, est au coeur du film *Le Petit Nicolas, qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?,* en salles mercredi 12 octobre.

Pour ce long-métrage d'animation qui s'adresse avant tout aux adultes, les réalisateurs Amandine Fredon et Benjamin Massoubre ont pu rencontrer Sempé avant son décès survenu cet été , 45 ans après celle de René Goscinny.

"La création du Petit Nicolas est une histoire de résilience"

Loin de la France idéalisée des années 1950, leur film montre comment ils ont puisé l'inspiration dans leurs blessures intimes et leurs enfances cabossées pour créer le petit garçon espiègle, meilleur copain de générations de lecteurs et vendu à 15 millions d'exemplaires.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Lorsqu'il rencontre Sempé dans le Paris des années 1950, Goscinny est un jeune homme qui a déjà roulé sa bosse : parti tout petit à la fin des années 1920 en Argentine avec ses parents alors que l'antisémitisme montait en Europe, il a ensuite bourlingué entre les Etats-Unis où il rêve de travailler avec Walt Disney, et rencontre notamment Morris, le créateur de Lucky Luke, et la France.

Sempé, lui, est un gamin issu d'une famille populaire de Bordeaux, battu par son beau-père et monté à Paris, carton à dessin sous le bras, pour tenter sa chance. L'amour du dessin n'est donc pas la seule chose qui relie les deux jeunes hommes.

La création du *Petit Nicolas* , " *c'est une histoire de résilience, de deux mecs qui se sont fait voler leur enfance, l'un par la Shoah et l'autre par un beau-père abusif, et qui vont créer cette enfance rêvée du Petit Nicolas* ", expliquait à l'AFP Benjamin Massoubre lors du Festival d'Annecy.

Jean-Jacques Sempé et René Goscinny dans le film d'animation "Le Petit Nicolas - Qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?" de Amandine Fredon et Benjamin Massoubre. (2022 ONYX FILMS BIDIBUL PRODUCTIONS RECTANGLE PRODUCTIONS CHAPTER 2)

Avec les voix d'Alain Chabat et Laurent Lafitte

L'occasion de montrer autrement ces deux personnalités complices, crayon à la main, tantôt chez eux, tantôt à la terrasse d'un café, avec les voix d'Alain Chabat et de Laurent Lafitte de la Comédie française. Goscinny, y apparaît en globe-trotteur, *"très loin de son image de franchouillard en pantoufles* ", tandis que Sempé est un amoureux du jazz et de la musique.

Les premiers croquis, le choix du prénom, presque au hasard, grâce à une publicité pour le caviste "Nicolas"... Le film retrace la genèse de ce qui deviendra l'une des oeuvres les plus lues du patrimoine français.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Extrait du film d'animation "Le Petit Nicolas - Qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?" de Amandine Fredon et Benjamin Massoubre. (2022 ONYX FILMS BIDIBUL PRODUCTIONS RECTANGLE PRODUCTIONS CHAPTER 2)

Adapter à l'écran le trait de Sempé n'a pas été simple

Les réalisateurs, qui ont travaillé main dans la main avec la fille de René Goscinny, Anne, ont pu exploiter les archives des artistes. Et recréer fidèlement le trait élégant de Jean-Jacques Sempé, qu'il a fallu adapter à l'écran, une gageure.

" *Pour être fidèles à son univers, on est partis de ses dessins et on a fait des dossiers: les restaurants, les bars, les parcs, les arbres* ", pour constituer une base de données dans lesquels les dessinateurs puisaient, explique Amandine Fredon, l'autre réalisatrice.

" *C'est très dur de faire du Semp* é", reconnaît la cinéaste. Mais le pari est réussi : le film, qui a remporté en juin le Cristal d'Or au Festival du film d'animation d'Annecy, permettra aux spectateurs de s'asseoir à la table où Jean-Jacques Sempé a créé ce petit garçon qui parlait tellement à l'enfant malheureux qu'il avait été.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Les Echos

www.lesechos.fr

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**
Audience : **5379664**
Sujet du média : **Economie - Services, Industrie**

11 Octobre 2022
Journalistes : **Sabine Delanglade**
Nombre de mots : **2743**

Visualiser l'article

Anne Goscinny Chouette !

« Le Petit Nicolas. Qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ? », le film d'animation qui sort ce 12 octobre, raconte l'histoire du Petit Nicolas, une des oeuvres les plus lues du patrimoine français et de ses auteurs, Jean-Jacques Sempé et René Goscinny. C'est grâce à la fille de René, Anne Goscinny que'elle survit avec cette vivacité.

caricature par ioO, pour Les Echos (ïoO)

Sempé étant mort au mois d'août, c'est l'histoire d'un petit garçon qui vient de perdre son second papa. Le premier, René Goscinny, l'avait déjà quitté depuis longtemps, en 1977, à 51 ans, en faisant un test d'effort sur le vélo d'appartement de son cardiologue. Une mort absurde pour lui qui aimait tant, pourtant, cette forme d'humour : « Mes Gaulois sont dans la pleine ». Reste heureusement au Petit Nicolas, une grande soeur, Anne la fille de Goscinny qui, écrivain, elle-même, a entretenu l'oeuvre des deux auteurs, une des plus lues du patrimoine français.

Cette tête à claques d'Agnan

En 1955, Jean-Jacques Sempé venait de débarquer des Etats-Unis à 21 ans, Goscinny en avait 27 et fut le premier ami parisien de Sempé. Les premières ébauches paraissent en 55 dans le journal belge, « le Moustique ». Grâce à eux des générations (15 millions d'exemplaires vendus) se moqueront de cette tête à claques d'Agnan. Avec l'envahissant Blédurt et ce cancre de Clotaire, il marqua leur enfance. Celle des auteurs ne fut pas réjouissante, Sempé, un gamin battu, Goscinny, fuyant l'antisémitisme. En 2004, Anne Goscinny crée les éditions IMAV , ce sera la maison-mère du Petit Nicolas. « Chouette » aurait dit son père.

L'aventure des deux amis est le sujet du film d'animation qui sort ce 12 octobre : « Le Petit Nicolas. Qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ? ». Un de ses deux auteurs, Benjamin Massoubre, le résume ainsi : « C'est une histoire de résilience, de

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

deux mecs qui se sont fait voler leur enfance, l'un par la Shoah et l'autre par un beau-père abusif, et qui vont créer cette enfance rêvée du Petit Nicolas ». Le prénom fut choisi au hasard d'une pub pour le caviste Nicolas. C'est simple le génie. Ont-ils, eux, été heureux ? Qui le sait... En tout cas, leurs lecteurs l'ont été.

Bande-annonce

Vidéo :https://www.lesechos.fr/idees-debats/en-vue/anne-goscinny-chouette-1867978

CASTELNICOLAS2 - CISION 367427557
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

La Provence

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **510000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **12 octobre 2022 P.58**

Journalistes : **C.Cop.**

Nombre de mots : **295**

★★★★ **LE PETIT NICOLAS : QU'EST-CE QU'ON ATTEND POUR ÊTRE HEUREUX ?**

Enfance et création

FILM D'ANIMATION (1h22) d'Amandine Fredon et Benjamin Massoubre

L'histoire

Penchés sur une large feuille blanche quelque part entre Montmartre et Saint-Germain-des-Prés, Jean-Jacques Sempé et René Goscinny donnent vie à un petit garçon rieur et malicieux, le Petit Nicolas. Entre camaraderie, disputes, bagarres, jeux, bêtises, et punitions à la pelle, Nicolas vit une enfance faite de joies et d'apprentissages. Au fil du récit, le garçon se glisse dans l'atelier de ses créateurs…

Notre avis

Co-écrit par Anne Goscinny, fille de René Goscinny, le scénariste du Petit Nicolas, ce nouveau long-métrage n'est pas à proprement parler une nouvelle aventure de l'écolier. L'idée, pertinente, consiste à mettre en parallèle certaines de ses tribulations avec celles de son duo d'auteurs. René Goscinny donc et le dessinateur Jean-Jacques Sempé. Ces derniers apparaissent donc à l'écran crayonnés pendant qu'Alain Chabat et Laurent Lafitte assurent le doublage. De la "naissance" de l'enfant, suite à une publicité de la chaîne de caviste Nicolas sur un bus à la relation "mentale" qu'ils entretenaient avec lui, chacun de leur côté, la proposition a des allures de documentaire. Elle n'oublie cependant jamais l'humour et l'émotion. L'animé fait aussi le pont entre le réel et l'imaginaire, puisque Nicolas prend vie, s'amuse avec ses amis, rencontre une petite fille, fait les 400 coups et part en vacances. Parfaitement inscrite dans l'esprit de l'œuvre originale, aussi bien dans le fond que dans la forme - les dessins sont très beaux - la variation emporte facilement l'adhésion et évoque, derrière la comédie, le processus de création. Sans oublier de rendre hommage aux deux artistes, aujourd'hui disparus.

C.Cop.

/ PHOTO 2022 ONYX FILMS, BIDIBUL PRODUCTIONS, RECTANGLE PRODUCTIONS, CHAPTER 2

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 2323583600503

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Les Echos

Famille du média : **PQN**
(Quotidiens nationaux)

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **710000**

Sujet du média : **Economie-Services**
Industrie

Edition : **12 octobre 2022 P.30**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **310**

EN VUE

Anne Goscinny

Sempé étant mort au mois d'août, c'est l'histoire d'un petit garçon qui vient de perdre son second papa. Le premier, René Goscinny, l'avait déjà quitté depuis longtemps, en 1977, à 51 ans, en faisant un test d'effort sur le vélo d'appartement de son cardiologue. Une mort absurde pour lui qui aimait tant, pourtant, cette forme d'humour : *« Mes Gaulois sont dans la pleine. »* Reste heureusement au Petit Nicolas, une grande sœur, Anne, la fille de Goscinny qui, écrivain elle-même, a entretenu l'œuvre des deux auteurs, une des plus lues du patrimoine français.

En 1955, Jean-Jacques Sempé venait de débarquer des Etats-Unis à 21 ans, Goscinny en avait 27 et fut le premier ami parisien de Sempé. Les premières ébauches paraissent la même année dans le journal belge, « Le Moustique ». Grâce à eux, des générations (15 millions d'exemplaires vendus) se moqueront de cette tête à claques d'Agnan. Avec l'envahissant Blédurt et ce cancre de Clotaire, il marqua leur enfance. Celle des auteurs ne fut pas réjouissante, Sempé, un gamin battu, Goscinny, fuyant l'antisémitisme. En 2004, Anne Goscinny crée les éditions IMAV, ce sera la maison mère du Petit Nicolas. *« Chouette »*, aurait dit son père.

L'aventure des deux amis est le sujet du film d'animation qui sort ce mercredi : « Le Petit Nicolas – Qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ? ». Un de ses deux auteurs, Benjamin Massoubre, le résume ainsi : *« C'est une histoire de résilience, de deux mecs qui se sont fait voler leur enfance, l'un par la Shoah et l'autre par un beau-père abusif, et qui vont créer cette enfance rêvée du Petit Nicolas. »* Le prénom fut choisi au hasard d'une pub pour le caviste Nicolas. C'est simple le génie. Ont-ils, eux, été heureux ? Qui le sait... En tout cas, leurs lecteurs l'ont été.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

RTL

RTL petit matin

12 Octobre 2022
Durée de l'extrait : **00:02:22**
Heure de passage : **06h56**
Disponible jusqu'au :
12 Avril 2023

JF **Jérôme FLORIN**

MG **Marina GIRAUDEAU**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
04:30 - 07:00
Audience : **1507000**
Thématique de l'émission :
Actualités-Infos Générales

Résumé: Chronique - Le dessinateur Jean-Jacques Sempé s'est inspiré du caviste Nicolas pour baptiser son Petit Nicolas.

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220268165

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

ARGENTEUIL-SUR-SEINE MA VILLE

Famille du média : **Médias institutionnels**
Périodicité : **Mensuelle**
Audience : **119258**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **Octobre 2022 P.23**
Journalistes : **A. B.**
Nombre de mots : **408**

Affaires à suivre...

Pour répondre à la demande grandissante des entreprises installées sur le territoire, la Ville se donne un an pour élargir son offre de restauration, tout en favorisant l'ouverture d'établissements de qualité.

Forte d'un potentiel industriel établi et en plein essor, Argenteuil fait du tourisme d'affaires l'un de ses principaux axes de travail afin de donner la possibilité aux personnes travaillant sur le territoire de se restaurer à proximité de leur entreprise, sans devoir traverser la Seine. Dans cette volonté, la Ville s'est fixé pour objectif d'atteindre les 1 000 places assises de restauration de qualité supplémentaires d'ici la fin du mandat, en 2026. Le défi sera finalement relevé avant l'été prochain. En plus de la Brasserie des Artisans qui proposera prochainement, au 114 quai de Bezons, des spécialités italiennes (150 couverts), trois restaurants suivront le pas dans le centre-ville. D'ici la fin de l'année, le Chalet des grillades, situé rue Carême-Prenant, pourra accueillir en nombre les amateurs de viande (environ 160 couverts avec possibilité de privatiser des salles pour des réunions ou des événements) et Gourmet's Café ouvrira au 64 avenue Gabriel-Péri avec, à la carte, de la cuisine française aux notes anglo-saxonnes et une formule « brunch » les samedis et dimanches (près de 70 couverts). Au printemps prochain, l'ancien caviste Nicolas laissera place à La Table de Mona, pour les amoureux de la cuisine méditerranéenne (près de 50 couverts). Enfin, le gérant du Picolo, cette bonne adresse de l'avenue Gabriel-Péri, s'étend au numéro voisin pour pouvoir servir à table une trentaine de personnes d'ici début 2023. « *Nous avons une ambition très forte concernant le commerce de proximité et, plus particulièrement au niveau des commerces de bouche* », confie Damien Walker, adjoint au maire délégué au Commerce.

Pari réussi

Cerise sur le gâteau, le Moulin d'Orgemont rouvrira ses portes au mois de novembre rue du Clos des Moines avec, en ses murs, trois restaurants disposant de 440 places assises. Au menu : une cuisine traditionnelle et gastronomique, à déguster avec une vue imprenable sur la ville. « *En moins d'un an de travail, nous allons passer de 200 à 1200 places de restauration assises. On mise autant sur la quantité que la qualité pour améliorer et rééquilibrer l'offre de restauration afin de permettre aux Argenteuillais et aux visiteurs d'avoir le choix parmi de nombreuses et bonnes adresses* », détaille l'élu. Et la liste des nouveaux restaurants promet de s'allonger un peu plus encore en 2023...

A.B.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5282783600508

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

France Dimanche

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **561000**

Sujet du média : **Lifestyle**

Edition : **Du 21 au 27 octobre 2022 P.14-15**

Journalistes : **Caroline BERGER**

Nombre de mots : **1314**

Interview

Anne GOSCINNY

"L'encre de mon père coule dans mes veines !"

Gardienne du temple, la fille unique de l'inoubliable écrivain lui a emboîté le pas avec talent et passion...

Si René Goscinny avait plein d'enfants de fiction tels que *Le Petit Nicolas*, *Astérix*, ou encore *Lucky Luke*, il n'avait dans la vie qu'une seule fille, Anne. Gardienne de l'œuvre de son père, la brillante romancière de 54 ans vient de coécrire le film d'animation *Le Petit Nicolas, qu'est-ce qu'on attend pour être heureux?* sorti ce 12 octobre. Elle partage avec nous ses souvenirs avec cet illustre père parti trop tôt.

France Dimanche : Prendre la suite de votre père, était-ce une évidence ?

Anne Goscinny : Pas vraiment. Passionnée d'écriture, j'ai créé en 2018 avec mon amie dessinatrice Catel, *Le Monde de Lucrèce*, dont je suis très fière. Mais lorsque celle-ci m'a soufflé l'idée de ce personnage dans la lignée du *Petit Nicolas*, je ne me voyais pas me mesurer à mon père. Puis on m'a proposé de coécrire le nouveau *Petit Nicolas, qu'est-ce qu'on attend pour être heureux?* et il fallait être fou pour refuser ! Petit à petit, je me suis donc fondue dans les pas de mon père.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

FD : Avez-vous toujours aimé écrire ?
AG : Oh oui ! J'ai perdu mon père à l'âge de 9 ans et, dès cet instant, j'ai compris que pour entendre sa voix, il faudrait que je tourne les pages d'un livre. Et bizarrement – car parfois les enfants ont des idées bien saugrenues –, je pensais aussi que pour entendre ma voix de là où il était, il devrait pouvoir me lire. À 10 ans, je savais donc que je serais écrivain. Cette volonté s'est ensuite transformée en évidence, puis en passion. Et quand on a la chance de pouvoir faire de sa passion son métier, on est forcément très heureux !

"Nicolas vient du célèbre caviste !"

FD : Pourquoi Nicolas ?
AG : Pour le caviste ! Un jour, en voyant passer un bus avec une publicité pour les vins Nicolas, Sempé s'est dit : « Pourquoi pas ? » C'est drôle qu'un caviste ait donné son nom à l'un des personnages les plus emblématiques de l'enfance !

FD : Quand vous étiez enfant, quelle place prenaient tous les héros de votre père ?
AG : Son œuvre était sous clef, dans son bureau, et particulièrement les si précieuses premières éditions de ses albums. Tous les autres auteurs étaient en libre accès dans la bibliothèque familiale, mais pas les œuvres de mon père ! Depuis sa disparition, j'ai tout relu… Je l'ai cherché dans tous ses personnages.

FD : Vous demandez-vous souvent ce qu'il penserait de tout ça ?
AG : Non, car je n'avancerais pas. Cela induirait une sorte de schizophrénie, puisque sa pensée serait dictée par mes humeurs. Quand on veille sur une œuvre telle que la sienne, être conditionnée par des contrariétés personnelles fragiliserait mon regard. Donc j'ai décidé que, lui ne pouvant plus penser, c'est désormais moi qui pensais. Et j'avance.

FD : Qu'aimez-vous vous souvenir de lui ?
AG : Le bruit de sa machine à écrire, si particulier, qui aujourd'hui, à l'heure des ordinateurs, paraît venir d'un autre siècle ! Quand, en rentrant de l'école, je l'entendais, rapide et rythmé – car s'il ne se servait que de deux doigts, il tapait vraiment vite –, j'étais sereine, il était là.

FD : Il serait fier de vous ?
AG : Je n'en sais rien, puisque je ne le fais plus penser. Je préfère que mes enfants – Simon, 21 ans, et Salomé, 19 ans –, mon mari et les gens que j'aime soient fiers de moi. Si un jour, on se retrouve, ce que j'ai la faiblesse de croire, là je me permettrais de lui poser la question. L'encre dont s'est servi mon père coule dans mes veines. Je suis née, j'ai grandi et me suis construite avec son œuvre. À la mort de ma mère, j'avais 25 ans. Depuis, c'est à moi qu'incombe le devoir de veiller sur cette œuvre et de la préserver.

FD : Avez-vous pardonné à ce médecin que vous tenez pour responsable de la mort de votre père ?
AG : Toute mon adolescence, j'ai été hantée par l'image de lui s'écroulant sur son vélo pendant ce test d'effort, sous les yeux horrifiés de ma mère. Il disait qu'il avait mal, mais ce cardiologue lui répondait : « Allez, encore quinze secondes M. Goscinny ! » J'ai grandi et me suis construite avec cette terrible scène en embuscade. Et quand j'ai eu 18 ans, j'ai un jour pu dire à ce médecin : « Vous avez massacré la vie de ma mère et sacrément amoché la mienne… » Ce à quoi il m'a répondu : "Écoutez, votre père était très malade du cœur et serait peut-être mort deux heures plus tard, au volant de sa voiture avec vous et votre mère à ses côtés, provoquant un accident dans lequel vous auriez peut-être péri tous les trois." » Alors non, je n'ai pas pardonné, mais j'ai peut-être gagné en sérénité.

FD : Vous-même avez été sauvée *in extremis* d'une septicémie ?
AG : Oui, onze mois après le départ de mon père, on m'a découvert une très grave maladie rénale avec laquelle je suis née, et qui était jusque-là en sommeil. Enfant, j'avais toujours mal au ventre, mais on ne savait pas vraiment ce que j'avais. On me disait que j'avais mangé trop de cerises ou de chocolat ! Mais quand j'ai développé une septicémie, on a dit à ma mère qu'il était trop tard. Heureusement, un médecin courageux a quand même insisté pour m'opérer et il m'a sauvée. La maladie est hélas revenue au grand galop il y a trois ans, et j'ai failli y passer de la même manière. Depuis, je suis extrêmement surveillée.

"Atteinte d'une grave maladie rénale, j'ai failli mourir deux fois !"

FD : Vos enfants doivent être fans d'*Astérix* et du *Petit Nicolas* ?
AG : J'essaie de ne pas trop les soûler avec ça, mais mon fils m'a dit un jour cette phrase merveilleuse : « Mon grand-père, il est mort ; mais ce n'est pas grave, il est rigolo quand même ! »

FD : A-t-il été compliqué de vous faire un prénom ?
AG : Disons qu'il est plus facile de s'en faire un lorsqu'on a déjà un nom, on a fait la moitié du chemin. Publier un premier livre est assez aisé, mais ensuite il faut transformer l'essai, et se prêter au jeu pervers de la comparaison, auquel on est toujours perdant. Le succès de *Lucrèce* m'a heureusement détendue.

FD : Vous vouez aussi une incroyable passion pour la chanteuse Anne Sylvestre…
AG : Elle m'a en effet construite. Celle que je suis doit tout à la femme qu'elle était. Sans doute parce qu'elle était debout quand ma mère était très affaiblie par son cancer, que, dans ses chansons, elle parlait des femmes quand ma mère n'avait plus l'énergie de le faire… Écoutez son sublime titre *Ma chérie*, qu'elle chante avec sa fille, et vous comprendrez sûrement pourquoi elle me touche tant.

FD : En quoi ressemblez-vous à votre papa ?
AG : J'ai ses yeux, indéniablement ; j'avais son nez, qu'un chirurgien esthétique m'a gentiment retouché ; et j'ai fait le deuil d'être une grande blonde de 1,80 m ! Mais surtout, j'ai ce même regard que lui sur la vie, les gens, les choses, avec ce filtre teinté d'humour. J'ai un mal fou avec le premier degré… Je suis bien plus à l'aise avec le deuxième, troisième, voire le quatrième !

FD : La disparition de Sempé cet été a dû raviver bien des choses ?
AG : Même si je m'y attendais, car il avait près de 90 ans. Quand j'ai jeté une rose sur son cercueil, j'ai été envahie d'une tristesse infinie. Après Albert Uderzo en 2020, j'ai perdu avec lui le dernier complice de mon père.

Caroline BERGER

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3204193600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

22 Octobre 2022
Durée de l'extrait : **00:27:34**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
22 Avril 2023

Résumé: Le caviste Nicolas a été fondé en 1822.

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220280243

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

23 Octobre 2022
Durée de l'extrait : **00:26:23**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
23 Avril 2023

Résumé: Le caviste Nicolas a été fondé en 1822.

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220281018

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Le Télégramme

www.letelegramme.fr

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **2361443**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

25 Octobre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **355**

Visualiser l'article

La Cave des Champs : un nouveau caviste rue Sainte-Barbe, à Saint-Brieuc
Réservé aux abonnés

Laurent Janiaud a ouvert La Cave des Champs, mi-septembre à Saint-Brieuc. Originaire de Bourgogne, il a repris l'ex Aux Vins des Champs, rue Sainte-Barbe, et propose vins, bières, champagnes, rhums et whiskies.

Mi-septembre, Laurent Janiaud ouvrait sa cave à vin, La Cave des Champs rue Sainte-Barbe, à Saint-Brieuc. Originaire de Bourgogne où il a fait ses études et exercé sa profession de sommelier, celui qui a la passion du vin et de la gastronomie chevillée au corps vit en Bretagne depuis plus de vingt ans.

Il a repris l'établissement de l'ancienne propriétaire Josépha Crézé , partie à la retraite. C'est une cave que Laurent Janiaud connaît bien car il y a exercé en tant que remplaçant caviste et donné des cours d'oenologie. Il possède déjà une expérience de caviste car il a tenu la cave à **vins Nicolas** mais a dû subitement arrêter en 2003, suite à une agression qui l'a mis en arrêt de travail pendant une longue période. Sa réorientation professionnelle l'a remis sur la route des vins car à l'université de Dijon (21), il avait décroché un master en vin culture oenologie et oenotourisme pour transmettre la culture du vin.

Des vins et de l'épicerie fine

Sa cave offre de belles découvertes de nouveaux producteurs de vins à travers la France mais aussi au Québec, en Suisse ou en Allemagne. Il y propose une très belle sélection de vins classiques mais aussi issus de l'agriculture biologique, des vins nature, des bières artisanales locales, des champagnes, rhums et whiskies de Bretagne, de France, d'Écosse, d'Irlande et du Japon, de l'épicerie fine et des paniers garnis.

Pratique

Ouvert du mardi au jeudi, de 9 h 30 à 13 h et de 15 h à 19 h 30, les vendredi et samedi de 9 h 30 à 19 h 30 en continu, et le dimanche de 10 h à 12 h 30. La Cave des Champs, 12, rue Sainte-Barbe, à Saint-Brieuc. Contact par tél. 02 96 63 58 76, cours d'oenologie sur le site cave-des-champs22.fr

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367691789

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **7222696**
Sujet du média : **Lifestyle, Mode-Beauté-Bien être**

25 Octobre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **446**

www.public.fr

Visualiser l'article

Interview de Anne Goscinny : "L'encre de mon père coule dans mes veines !"

Gardienne du temple, la fi lle unique de l'inoubliable écrivain lui a emboîté le pas avec talent et passion...

Si René Goscinny avait plein d'enfants de fiction tels que *Le Petit Nicolas* , *Astérix* , ou encore *Lucky Luke* , il n'avait dans la vie qu'une seule fille, Anne. Gardienne de l'oeuvre de son père, la brillante romancière de 54 ans vient de coécrire le film d'animation *Le Petit Nicolas , qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?* sorti ce 12 octobre. Elle partage avec nous ses souvenirs avec cet illustre père parti trop tôt.

France Dimanche : Prendre la suite de votre père, était-ce une évidence ?

Anne Goscinny : Pas vraiment. Passionnée d'écriture, j'ai créé en 2018 avec mon amie dessinatrice Catel, *Le Monde de Lucrèce* , dont je suis très fière. Mais lorsque celle-ci m'a soufflé l'idée de ce personnage dans la lignée du *Petit Nicolas* , je ne me voyais pas me mesurer à mon père. Puis on m'a proposé de coécrire le nouveau *Petit Nicolas , qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?* et il fallait être fou pour refuser ! Petit à petit, je me suis donc fondue dans les pas de mon père.

FD : Avez-vous toujours aimé écrire ?

AG : Oh oui ! J'ai perdu mon père à l'âge de 9 ans et, dès cet instant, j'ai compris que pour entendre sa voix, il faudrait que je tourne les pages d'un livre. Et bizarrement car parfois les enfants ont des idées bien saugrenues , je pensais aussi que pour entendre ma voix de là où il était, il devrait pouvoir me lire. À 10 ans, je savais donc que je serais écrivain. Cette volonté s'est ensuite transformée en évidence, puis en passion. Et quand on a la chance de pouvoir faire de sa passion son métier, on est forcément très heureux !

FD : Pourquoi Nicolas ?

AG : Pour le caviste ! Un jour, en voyant passer un bus avec une publicité pour les vins Nicolas, Sempé s'est dit : « Pourquoi pas ? » C'est drôle qu'un caviste ait donné son nom à l'un des personnages les plus emblématiques de l'enfance !

FD : Quand vous étiez enfant, quelle place prenaient tous les héros de votre père ?

AG : Son oeuvre était sous clef, dans son bureau, et particulièrement les si précieuses premières éditions de ses albums. Tous les autres auteurs étaient en libre accès dans la bibliothèque familiale, mais pas les oeuvres de mon père ! Depuis sa disparition, j'ai tout relu... Je l'ai cherché dans tous ses personnages.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Le Télégramme BREST

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **568000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **26 octobre 2022 P.32**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **331**

La Cave des Champs : un nouveau caviste ouvre rue Sainte-Barbe

● Mi-septembre, Laurent Janiaud ouvrait sa cave à vin, La Cave des Champs rue Sainte-Barbe, à Saint-Brieuc. Originaire de Bourgogne où il a fait ses études et exercé sa profession de sommelier, celui qui a la passion du vin et de la gastronomie chevillée au corps vit en Bretagne depuis plus de vingt ans.

Il a repris l'établissement de l'ancienne propriétaire Joséphia Crézé, partie à la retraite. C'est une cave que Laurent Janiaud connaît bien car il y a exercé en tant que remplaçant caviste et donné des cours d'œnologie. Il possède déjà une expérience de caviste car il a tenu la cave à vins Nicolas mais a dû subitement arrêter en 2003, suite à une agression qui l'a mis en arrêt de travail pendant une longue période. Sa réorientation professionnelle l'a remis sur la route des vins car à l'université de Dijon (21), il avait décroché un master en vin culture œnologie et œnotourisme pour transmettre la culture du vin.

Des vins et de l'épicerie fine

Sa cave offre de belles découvertes de nouveaux producteurs de vins à travers la France mais aussi au Québec, en Suisse ou en Allemagne. Il y propose une très belle sélection de vins classiques mais aussi issus de l'agriculture biologique, des vins nature, des bières artisanales locales, des champagnes, rhums et whiskies de Bretagne, de France, d'Écosse, d'Irlande et du Japon, de l'épicerie fine et des paniers garnis.

Pratique

Ouvert du mardi au jeudi, de 9 h 30 à 13 h et de 15 h à 19 h 30, les vendredi et samedi de 9 h 30 à 19 h 30 en continu, et le dimanche de 10 h à 12 h 30. La Cave des Champs, 12, rue Sainte-Barbe, à Saint-Brieuc. Contact par tél. 02 96 63 58 76, cours d'œnologie sur le site cave-des-champs22.fr

Laurent Janiaud a ouvert sa boutique La Cave des Champs à Saint-Brieuc.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4479393600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: Le caviste Nicolas a été fondé en 1822. L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Chamonix.

29 Octobre 2022
Durée de l'extrait : **00:26:50**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
29 Avril 2023

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220287978

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: Le caviste Nicolas a été fondé en 1822. Ce caviste fête ses 200 ans cette année.

30 Octobre 2022
Durée de l'extrait : **00:25:56**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
30 Avril 2023

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

TOP!

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **N.C.**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Septembre - octobre 2022 P.42-43**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **1479**

Collectionneurs

L'HOMME PRESSÉ

Les collectionneurs sont des personnes qui vivent dans un monde à part, un monde qui n'appartient qu'à eux. Les collectionneurs de vins n'échappent pas à cette règle...

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3332793600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Nous sommes donc à 21 millions, 21 millions de francs...
- (dans la salle): 22 millions.
- Commissaire Priseur: 22 millions.
- Placide Justin (dans une pièce attenante à la salle des ventes, au téléphone avec Pierre Nioxe): Freeman, 22.
- Pierre Nioxe (au restaurant au téléphone): Pousse.
- Commissaire Priseur: J'ai preneur à 22 millions au premier rang.
- (dans la salle): 23.
- Commissaire Priseur: 23 millions, nous sommes à 23 millions. Est-ce que personne ne couvre cette enchère à 23 millions ? ... on renonce ?
- Placide Justin: Freeman abandonne... ça y est, dans vingt secondes il est à nous... il a été très bien le petit, je te raconterai... t'es content ?
- Commissaire Priseur: Personne ne couvre l'enchère de 23 millions ? Je vais donc adjuger à 23 millions.

J'ai un principe, on ouvre beaucoup quand on a beaucoup

FRANÇOIS AUDOUZE

- (dans la salle): 24.
Gros brouhaha dans la salle.
- Commissaire Priseur (hurlant): 24 millions, nous sommes à 24 millions, est-ce que l'on renonce, est-ce que l'on ne couvre pas l'enchère de 24 millions.
- (dans la salle): 25.
Ahhhhhhhhhhh se fait entendre dans la salle.
- Commissaire Priseur: 25 millions, deux milliards et de demi d'anciens francs...
- Placide Justin: Ça y est, tu vas l'avoir... on l'a !
Une voix féminine: Pierre ?!!!
- Commissaire Priseur: Je vais adjuger... j'adjuge !!
Bruit du marteau qui frappe son socle.

Cette scène est l'acmé du film L'Homme Pressé, une adaptation cinématographique sortie en 1977 du roman du controversé Paul Morand, réalisée par Edouard

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3332793600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Molinaro. Ce film raconte la quête de la pièce ultime d'un collectionneur très pressé, Pierre Nioxe, interprété par Alain Delon. Tellement pressé qu'il sera en avance le jour de sa mort.

Un excellent film dans son exploration du monde des collectionneurs, dans le film d'objets d'arts de différentes époques et dans le roman, d'objets Haute Epoque. Vingt cinq millions de francs en 1977 cela faisait déjà une bien belle somme qu'aucune bouteille de vin n'a (heureusement ?!) jamais atteint mais sans atteindre de tels sommets, le vin est lui aussi, un bel objet de collection. Et il n'est nul besoin de viser des Romanée Conti ou des Cheval Blanc pour entamer une collection de vins. Plus ou moins rares, constamment hors de prix, ils ne sont que le reflet d'un marché en pleine expansion mais sont aussi les arbres qui cachent une forêt bien plus vaste qu'il n'y paraît. Toutefois, si l'on a les moyens, collectionner des cuvées rares, épuisées, à la limite du presque toutes bues, peut être une passion dévorante autant que passionnante.

Quand on cherche des collectionneurs de vins, quelques noms émergent dont ceux connus de Pierre Arditi qui revendique quelque quinze mille flacons en cave ou Amélie Mauresmo, grande amatrice de vin(s). Moins connus, d'autres noms sortent du chapeau dont celui de François Audouze que les lecteurs du Figaro, des Echos ou de L'Usine Nouvelle connaissent probablement. Ancien grand industriel français dans les années 80, à la tête d'Usinor-Sacilor, ce polytechnicien (Promo 61) est tombé assez tôt dans le vin. Inutile de chercher une quelconque ressemblance entre Pierre Nioxe, le collectionneur interprété par Alain Delon dans l'Homme Pressé. Ni physique, ni dans la démarche de collectionner, si ce n'est que Pierre Nioxe comme François Audouze (et inversement) ne s'intéressent qu'aux choses anciennes.

Si, souvent, ce sont les autres qui parlent plus facilement d'autrui que d'eux-mêmes, en ce qui concerne François Audouze, on est bercé entre contempteurs, admirateurs et sceptiques sur sa collection, plutôt sur sa manière de collectionner. Car, en fait, si l'on va dans le fond des choses, François Audouze n'est pas un collectionneur de vins ordinaire(s), il ne collectionne que les vins anciens car comme il le dit si bien lui-même, *j'ai du mal à boire du vin d'après l'an 2000. Tout simplement parce que mon palais est dans le monde des vins anciens. C'est plus l'âge que la qualité du vin qui m'intéresse parce que dans n'importe quel vin, prenez par exemple des Saumur-Champigny, il y en a des très bons mais vous les buvez pour ce que vous attendez.* Mais attention, François Audouze n'est pas bégueule pour autant mais *comme il peut ouvrir du bon, il ouvre du bon. J'en ai plein la cave, alors, oui, j'ouvre du bon. Mais pas par ostracisme mais parce que je n'ai plus de temps* - à 79 ans - *à perdre à boire les plus grands vins de ma cave*. On le comprend car au dessus d'un certain niveau, il y a des chiffres qui donnent le vertige et on ne parle pas là

J'ai bu plus de 700 vins de la Romanée Conti sur 87 millésimes différents. J'en suis tombé amoureux.

FRANÇOIS AUDOUZE

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3332793600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

d'altitude mais bien de bouteilles. François Audouze en déclare 40000 en cave. *Certes mais ma thèse, c'est, on ouvre beaucoup quand on a beaucoup. Un jour, j'avais acheté une entreprise à quelqu'un et le soir, je l'invite à dîner. Au cours de la soirée, on parle de vin et je lui dit que 1929 est une année mythique, il me répond qu'il est de 1929 mais qu'il n'a jamais bu de vin de cette année. Pourtant, tout le monde lui a dit que c'était une année mythique. Je lui dis stop, je descends à la cave et prends un millésime 29, il en a pleuré. On ouvre beaucoup quand on a beaucoup, si je n'avais eu qu'une seule bouteille de cette année, je ne l'aurais pas ouverte.* Mais, là, on prend le film à la fin tandis que le début est au moins tout aussi passionnant. Rembobinons... François Audouze a commencé à travailler assez jeune et à gagner *correctement ma vie. Je ne connaissais absolument rien en vin et, un jour à 27 ans, j'ai l'occasion d'acheter une maison en région parisienne qui avait une belle cave et qui dit cave, dit l'envie de la remplir. Je buvais du vin, j'aimais bien mais sans plus que cela. Pour la remplir, je fais ami-ami avec le caviste du magasin Nicolas à côté de chez moi.* Et là, c'est le polytechnicien qui parle, *quand j'avais amis à dîner, si il y avait besoin de deux bouteilles pour le repas, j'en achetais six. Je commence ainsi à me constituer une cave qui respecte mes goûts. Et quand on n'y connaît rien, le classement des Bordeaux est d'une grande aide, d'une belle lisibilité. On est en 1970 et je me fie donc à ce classement et trouve des vins qui me conviennent de plus en plus. Et, comme, de plus, dans les magasins Nicolas, les vins sont classés par ordre de prix, c'est donc facile en se disant que plus je tape dans les prix élevés, plus il y a de chances que ce soient de grandes choses. J'achète donc des Latour, des Haut-Brion...et comme je deviens un client important chez Nicolas, ils m'offrent chaque année un catalogue de Noël dans lesquels, ils proposent des vins anciens. Je vois donc Brane-Cantenac 28, Montrose 29... et je me dis que je vais en acheter. Ma femme ne boit pas, mes enfants non plus, et un jour, à Noël j'ouvre un Richebourg 1929. Je le trouve génial mais il en reste pour le lendemain. Le lendemain donc, je le sens, il est transcendant. J'appelle donc des copains, et on boit ce 1929 extraordinaire. Plus tard, un copain me dit, toi qui aimes le vin, il y a un caviste au Perreux-sur-Marne qui a des vins formidables, on est en 1973-74, et qui fait des dégustations le vendredi soir, après le bureau, il fait goûter des trucs de dingue, veux tu m'accompagner ? Je viens avec lui, je déguste pour la première fois de ma vie à l'aveugle. À un moment donné, j'ai failli me renverser de ma chaise, pour moi, tout ce que j'avais bu auparavant, il n'y avait pas d'équivalent. C'était sublime. C'était un Climens 23. Plus rien n'était comme avant. Tout part de là pour mon amour des vins anciens. Ensuite, je vais en salle des ventes, cornaqué par un expert qui me conseille et m'oriente. Et je me mets donc à acheter compulsivement des vins anciens. Non pas pour avoir mais pour boire. J'achète tout pour tout connaître, de toutes les régions... À l'époque, je ne connaissais pas la Romanée Conti. Depuis, je me suis rattrapé, j'ai bu plus de 700 vins de la Romanée Conti sur 87 millésimes différents. J'en suis tombé amoureux. C'est peut-être le seul vin que je puisse reconnaître à l'aveugle en toute circonstance. Tout cela pour dire que j'ai eu une soif de tout connaître.* C'est peut-être cette soif, et surtout la possibilité de l'avoir assouvie que lui reprochent quelques détracteurs. Mais qu'auraient-ils fait à sa place ? On ne le saura probablement jamais car, malheureusement, les vins anciens sont comme les rosières au 21e siècle, il y a de moins en moins sur le marché.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3332793600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

REVUE DE PRESSE NICOLAS

NOVEMBRE

Omnicom Public Relations Group

CORPORATE

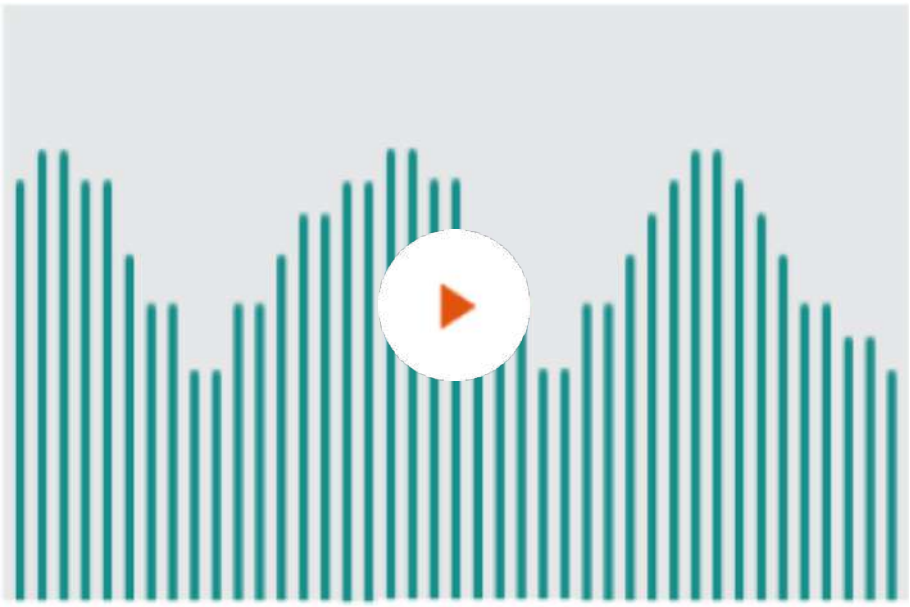
Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Radio FRA

Le 7-9 France Bleu Paris

5 Novembre 2022
Durée de l'extrait : **00:03:42**
Heure de passage : **07h16**
Disponible jusqu'au :
6 Mai 2023



Résumé: La saga de Paris - Cette année, le caviste Nicolas célèbre les 200 ans de sa première cave, ouverte à Paris en 1822.

Famille du média :
Radios Régionales
Horaire de l'émission :
07:00 - 09:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Actualités-Infos Générales

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220294643

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Femme Actuelle Jeux

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **1019000**

Sujet du média : **Lifestyle Loisirs-Hobbies**

Edition : **Decembre 2022 P.70**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **458**

BELLE RÉUSSITE

Nicolas a de la bouteille

Le caviste, précurseur de la vente du vin au détail depuis 1922, fête cette année son bicentenaire.

Louis Nicolas, marchand de vin, ouvre sa première boutique en 1822, au 53 rue Sainte-Anne, dans le centre de Paris. Il fait le pari de vendre le vin en tonneaux, à une époque où il est stocké dans des chais et essentiellement consommé dans les cabarets. Les fûts étaient alors surtout achetés auprès des producteurs viticoles. Vers 1860, Louis Nicolas se porte acquéreur d'un ensemble de quarante dépôts à Paris, où il vend du vin et… du lait ! En 1898, la maison est reprise par son fils, Étienne, né en 1871.

Livraison planifiée

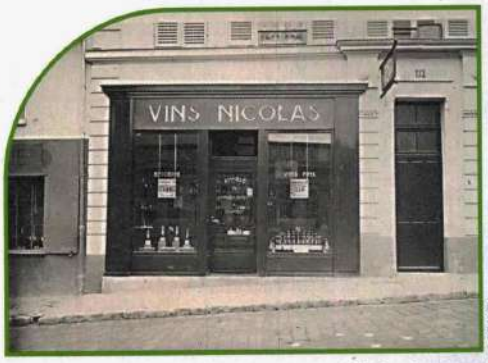
L'homme d'affaires se recentre sur la vigne. Il innove en proposant le vin embouteillé et perfectionne la livraison à domicile dès 1840, par carriole, puis par triporteur. Les premières réclames, centrées sur le personnage de Nectar, sont croquées par des affichistes de renom dont le Suisse Jules Isnard, connu sous le pseudonyme Dransy. La publicité fait effet : fort de 180 boutiques en 1922, décorées par l'architecte Pierre Patout, le caviste passera à 295 en 1933. En 1966, il sera le premier à proposer le beaujolais nouveau à grande échelle. Rachetée en 1988 par le groupe Castel Frères, l'enseigne développe son réseau hors de Paris, lance son site internet, diversifie sa gamme entre fines bouteilles et vins de terroirs, propose des bières et lance le service « glaçons ». Un bar à vins est installé dans les chais de Bercy Village à Paris. En deux siècles, avec ses 571 boutiques, le « petit » Nicolas est devenu un géant du vin.

MYTHIQUE NECTAR

Le fameux livreur moustachu aux trente-deux bouteilles prénommé Nectar, croqué par l'illustrateur Jules Isnard. Un livreur nommé Lepavin, porté sur la bouteille, aurait servi de modèle ! Il a été redessiné en 2012.

À LA BELLE EPOQUE

Une devanture parisienne. Jusqu'en 1912, on vend encore du lait dans certains dépôts.



© DRANSY

BEST-SELLER

Les vins modestes ne sont pas oubliés dans la gamme du caviste. Nicolas lance, dès 1995, une gamme à petit prix, Les Petites Récoltes, l'un des produits phare de l'enseigne.

Nouveautés !

UNE CUVÉE

Les 200 ans de Nicolas sont marqués par un champagne qui a 20 ans, chose rare… Ce grand cru extra-brut s'appuie sur un millésime d'exception. Ce blanc de blancs 2002 a été sélectionné d'après un cépage blanc à 100 % de chardonnay, le cépage roi de la Champagne.

UN COUTEAU

Le liadou (outil à lier en occitan) des vignerons de Marcillac servait à fendre les branches d'osier liant les ceps et formant une couronne de vigne. La coutellerie Liadou du Vallon, dans l'Aveyron, a créé ce couteau pour le bicentenaire. Il n'est pas destiné à la vente mais a été offert à quelques invités sur concours.

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

Jeanne Margaux et Claire Laurent

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 2834893600508

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

www.francebleu.fr

Famille du média : **Radios Nationales**
Audience : **5651502**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

4 Novembre 2022
Journalistes : **Thierry Boeuf**
Nombre de mots : **400**

Visualiser l'article

La saga de Paris - Les 200 ans de Nicolas à Paris

Nicolas a 200 ans ! Non pas le petit Nicolas de Sempé et Goscinny, encore moins Nicolas Sarkozy, Anelka, Canteloup ou Nicolas Hulot. Non, il s'agit des magasins de vin Nicolas créé 1822 !

Les caves à vin **Nicolas** : une institution depuis 200 ans ! © Maxppp - PHOTOPQR/LE PARISIEN/Jean-Baptiste Quentin

Napoléon était mort à Saint Hélène depuis un an, régnait à Paris Louis XVIII et la région parisienne regorgeait de vignes et de bons vins. **Nicolas, c'est la cave à vins de proximité des Parisiens et de l'île de France**, 300 boutiques au compteur.

C'est donc un vrai monsieur **Louis Nicolas** qui dès 1822 s'installe à Paris pour vendre du vin dans une première boutique située **53, rue Sainte-Anne** dans le premier arrondissement, les entrepôts dans la banlieue à Charenton.

En 1895, Etienne Nicolas, le petit-fils de Louis, modernise l'entreprise, capitaine d'industrie hors du commun, il développe la livraison à domicile. D'abord des tonneaux puis des casiers à bouteilles, partout dans Paris, des triporteurs motorisés à la couleur rouge du caviste sillonne la ville et livrent du Bordeaux, des côtes du Rhône, du Bourgogne et du Champagne. Mais le coup de génie d'Etienne Nicolas, c'est la publicité et dès 1922, il pilote **la réalisation de films publicitaires au cinéma, de dépliants, de plaques émaillées dans le métro et sur les bus** ainsi que des spots publicitaires à la radio.

Pour identifier la marque, un drôle de personnage fait son apparition : **un livreur de vin aux moustaches rebelles**, légèrement halluciné, dessiné par Drancy que l'on surnomme **Nectar**. Etienne Nicolas, toujours à l'avant-garde fait appel à des peintres, des affichistes de renoms pour les différentes campagnes de pub : Villemot, Loupot, Cassandre, Dufy, Derain et Buffet dessinent des affiches et dans les catalogues avec toujours ce slogan "**Nicolas, fines bouteilles**".

1984, fin de la saga familiale, **le groupe Nicolas est racheté par les Cognacs Rémy Martin**. Quatre ans plus tard, la marque passe entre les mains de **Pierre Castel**, 8e fortune de France, créateur des marques de vins distributeurs : Castelvin, La Villageoise, Listel, Kriter ou Baron de Lestac.

Alors, une petite soif, un dîner improvisé, un anniversaire, une invitation, foncez vite chez votre caviste aux quatre coins de Paris et ayons une pensée pour **Nectar et son fils Glouglou qui fêtent dignement les 200 ans des caves Nicolas.**

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Aujourd'hui en France

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **2400000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **26 novembre 2022 P.4-5**

Journalistes : **David Charpentier**

Nombre de mots : **717**

ÉCONOMIE

Les cavistes veulent éviter la gueule de bois

Incontournables pendant le Covid, les vendeurs de vin se heurtent à une baisse de la fréquentation, mais les clients achètent plus cher.

David Charpentier

L'EUPHORIE hédoniste du Covid-19 est passée. Grands gagnants des confinements successifs, les cavistes retrouvent les niveaux de 2019, année de référence pour tirer des enseignements.

« Après avoir progressé de 21 % entre 2019 et 2021, le nombre de visites chez les cavistes est revenu en 2022 à la situation de 2019, analyse Joseph Bordonaro, expert Boissons Kantar. En revanche, le ticket moyen, lui, continue de progresser (*données collectées par Panel Worldpanel pour Kantar sur un an et arrêtées à fin juin*), les Français dépensant près de 3,70 € en plus à chaque passage par rapport à la situation avant la crise épidémique. »

Une montée en gamme

Plus perceptible en centre-ville, le phénomène oblige les 5 000 cavistes de France à trouver la parade. D'autant que la baisse de la consommation de vin* est une tendance sur le long terme. En 1975, un Français en buvait 100 litres par an, pour 40 litres en 2019.

Le groupe Nicolas confirme ces tendances, sur toutes les gammes de vins, champagnes et spiritueux. « Les clients viennent moins, consomment moins mais achètent des bouteilles plus chères et montent en gamme », constate Christopher Hermelin, directeur commercial et marketing du groupe, qui a vu apparaître ces comportements qu'il qualifie de « premiumisation » il y a un an.

La marque a alors décidé d'adapter sa stratégie commerciale en engageant « une politique petits prix » avec des bouteilles proposées entre 5 et 8 € pour tenter d'attirer à nouveau la clientèle. Après six à sept mois d'expérience, « ça fonctionne, mais ce n'est pas extraordinaire alors que les autres produits à forte valeur continuent à pousser ». « On a une France qui souffre des prix et une autre qui n'hésite pas à se faire plaisir, constate Christopher Hermelin. C'est un vrai problème pour nous car on veut que nos produits soient accessibles au plus grand nombre. » Une étude en 2022 de l'agence Sowine confirme que le budget alloué au vin est en constante augmentation : 56 % des sondés déclarent acheter régulièrement des flacons entre 11 et 20 €, contre 22 % en 2013.

Patrick Jourdain, à la tête du Syndicat national des cavistes professionnels (SNCP), note « une disparité entre les métropoles, où les catégories aisées sont plus représentées, et la France périphérique. La hausse du panier moyen ne compense pas chez tout le monde la baisse de la fréquentation. » Par ailleurs caviste à Cusset (Allier), il fait remarquer que les tarifs avaient augmenté en 2021, sous l'effet d'une mauvaise météo. Quant à la baisse de la fréquentation « après deux années atypiques », il estime qu'il faut attendre les statistiques consolidées.

L'inflation se fera sentir en 2023

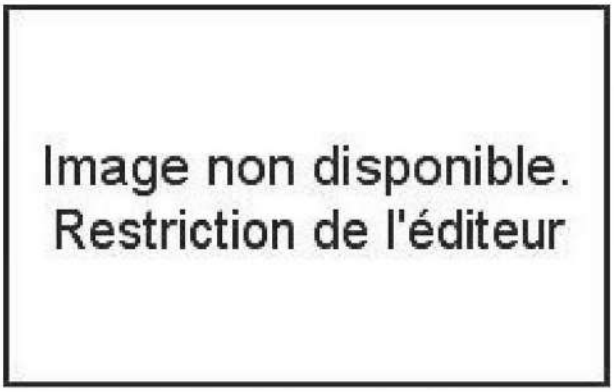
À Villiers-sur-Marne (Val-de-Marne), la boutique de David Morin, elle, ne désemplit pas. Le titre de meilleur caviste de France décerné à l'automne n'y est pas étranger mais le commerçant avait déployé sa politique commerciale bien avant. À la Cave de Villiers, 50 vins s'affichent à moins de 10 €, « ce qui représente 10 % des volumes de vente ». Il n'hésite pas à parier aussi sur les « bag in box ». Ces cubis nouvelle génération offrent « un très bon rapport qualité/prix » selon le caviste, qui cite en exemple « trois litres de côtes-de-gascogne à 18 €, soit une quarantaine de verres ».

Pour le moment, la problématique de l'inflation sur les matières premières (verre, carton, étiquette) n'a pas encore touché les cavistes. « L'augmentation interviendra en 2023, pour les prochains millésimes », fait remarquer Christopher Hermelin. Avec un nouveau défi à relever pour la profession.

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

> **On a une France qui souffre des prix et une autre qui n'hésite pas à se faire plaisir**
>
> **Christopher Hermelin,** directeur communication et marketing chez Nicolas

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



LP/JEAN-BAPTISTE QUENTIN

La boutique de David Morin à Villiers-sur-Marne (Val-de-Marne) ne désemplit pas. Le caviste a sélectionné 50 vins à moins de 10 € pour mieux sédure sa clientèle.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1304214600506

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Le Parisien

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **1388000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **26 novembre 2022 P.15**

Journalistes : **David Charpentier**

Nombre de mots : **715**

Les cavistes veulent éviter la gueule de bois

Incontournables pendant le Covid, les vendeurs de vin se heurtent à une baisse de la fréquentation, mais les clients achètent plus cher.

David Charpentier

L'EUPHORIE hédoniste du Covid-19 est passée. Grands gagnants des confinements successifs, les cavistes retrouvent les niveaux de 2019, année de référence pour tirer des enseignements.

« Après avoir progressé de 21 % entre 2019 et 2021, le nombre de visites chez les cavistes est revenu en 2022 à la situation de 2019, analyse Joseph Bordonaro, expert Boissons Kantar. En revanche, le ticket moyen, lui, continue de progresser (*données collectées par Panel Worldpanel pour Kantar sur un an et arrêtées à fin juin*), les Français dépensant près de 3,70 € en plus à chaque passage par rapport à la situation avant la crise épidémique. »

LP/JEAN-BAPTISTE QUENTIN

La boutique de David Morin à Villiers-sur-Marne (Val-de-Marne) ne désemplit pas. Le caviste a sélectionné 50 vins à moins de 10 € pour mieux séduire sa clientèle.

Une montée en gamme

Plus perceptible en centre-ville, le phénomène oblige les 5 000 cavistes de France à trouver la parade. D'autant que la baisse de la consommation de vin* est une tendance sur le long terme. En 1975, un Français en buvait 100 litres par an, pour 40 litres en 2019.

Le groupe Nicolas confirme ces tendances, sur toutes les gammes de vins, champagnes et spiritueux. « Les clients viennent moins, consomment moins mais achètent des bouteilles plus chères et montent en gamme », constate Christopher Hermelin, directeur commercial et marketing du groupe, qui a vu apparaître ces comportements qu'il qualifie de « premiumisation » il y a un an.

La marque a alors décidé d'adapter sa stratégie commerciale en engageant « une politique petits prix » avec des bouteilles proposées entre 5 et 8 € pour tenter d'attirer à nouveau la clientèle. Après six à sept mois d'expérience, « ça fonctionne, mais ce n'est pas extraordinaire alors que les autres produits à forte valeur continuent à pousser ». « On a une France qui souffre des prix et une autre qui n'hésite pas à se faire plaisir, constate Christopher Hermelin. C'est un vrai problème pour nous car on veut que nos produits soient accessibles au plus grand nombre. » Une étude en 2022 de l'agence Sowine confirme que le budget alloué au vin est en constante augmentation : 56 % des sondés déclarent acheter régulièrement des flacons entre 11 et 20 €, contre 22 % en 2013.

Patrick Jourdain, à la tête du Syndicat national des cavistes professionnels (SNCP), note « une disparité entre les métropoles, où les catégories aisées sont plus représentées, et la France périphérique. La hausse du panier moyen ne compense pas chez tout le monde la baisse de la fréquentation. » Par ailleurs caviste à Cusset (Allier), il fait remarquer que les tarifs avaient augmenté en 2021, sous l'effet d'une mauvaise météo. Quant à la baisse de la fréquentation « après deux années atypiques », il estime qu'il faut attendre les statistiques consolidées.

> **On a une France qui souffre des prix et une autre qui n'hésite pas à se faire plaisir**
>
> **Christopher Hermelin,** directeur communication et marketing chez Nicolas

L'inflation se fera sentir en 2023

À Villiers-sur-Marne (Val-de-Marne), la boutique de David Morin, elle, ne désemplit pas. Le titre de meilleur caviste de France décerné à l'automne n'y est pas étranger mais le commerçant avait déployé sa politique commerciale bien avant. À la Cave de Villiers, 50 vins s'affichent à moins de 10 €, « ce qui représente 10 % des volumes de vente ». Il n'hésite pas à parier aussi sur les « bag in box ». Ces cubis nouvelle génération offrent « un très bon rapport qualité/prix » selon le caviste, qui cite en exemple « trois litres de côtes-de-gascogne à 18 €, soit une quarantaine de verres ».

Pour le moment, la problématique de l'inflation sur les matières premières (verre, carton, étiquette) n'a pas encore touché les cavistes. « L'augmentation interviendra en 2023, pour les prochains millésimes », fait remarquer Christopher Hermelin. Avec un nouveau défi à relever pour la profession.

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

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 4404214600524

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

www.telemagplus.re

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **8175**
Sujet du média : **Communication - Médias - Internet**

28 Novembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **230**

Visualiser l'article

NICOLAS fête ses 200 ans !

Xavier Segall, Directeur des caves Nicolas, Nicolas Weber, Responsable des ventes des caves Nicolas et David Cailleux, Directeur Général du Groupe Castel Covino

Les caves **NICOLAS** c'est 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.

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 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.

Mais les caves **NICOLAS** ne s'arrêtent pas à l'hexagone. Représentée depuis 22 ans à La Réunion, elles comptent aujourd'hui 15 caves dans l'Océan Indien.

Nous y retrouvons alors 10 caves à La Réunion : Saint-Denis, Saint-André, Le Port, La Possession, Saint-Gilles, L'Eperon, Saint-Leu, Saint-Pierre, le Tampon et Saint-Joseph ; 3 caves à Madagascar et 2 caves à Maurice. Il n'est sans savoir que la Master Franchise regorge de développement !

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

NICOLAS fête ses 200 ans !

28 Novembre 2022

Visualiser l'article

1 / 40

200_ans_Cave_Nicolas-40

Diaporama de 40 photos: https://www.telemagplus.re/NICOLAS-fete-ses-200-ans-_a8118.html

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

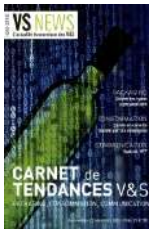
VAL DE LOIRE
VINS DU MONDE
ESPACE CADEAUX
NICOLAS
4 bouteilles = 22€

PRODUITS

Presse écrite FRA

V&S NEWS (HORS-SERIE)

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Irrégulière**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**



Edition : **25 novembre 2022**
P.46-48
Journalistes : **Jean-Michel Peyronnet**
Nombre de mots : **1005**

& ENQUÊTE

LE VIN EN CANETTE BOUDÉ PAR LES ENSEIGNES DE CAVISTES

Sur quatre responsables de réseaux cavistes interrogés par nos soins, trois ont testé le vin en canette avant de jeter l'éponge, Cavavin, V&B et Nicolas. Seul Le Repaire de Bacchus devrait renouveler – et peut-être même amplifier – son offre l'été prochain.

par Jean-Michel Peyronnet

« *Nous ne sommes pas concernés* », lance franchement Samuel Buteau, directeur réseau de **Cavavin**. Certes, le vin en canette y a bien été testé, mais « *on n'a pas senti de véritable demande du marché*, regrette notre interlocuteur. *Il s'agit d'un mode de consommation plutôt anglo-saxon qui concerne avant tout la bière ou les* hard seltzers. » À cela s'ajoute, selon Samuel Buteau, « un *problème éthique* » : l'obligation de passer par un intermédiaire, le metteur en canette, entre le producteur et le distributeur, alourdit le bilan carbone du processus. Bref, le vin en canette, même si le contenant est recyclable, ce n'est pas très écolo et le public n'en veut pas !

Chez **Nicolas**, une canette de rosé du domaine provençal Mirabeau, proposée à 3,50 €, a été testée l'été dernier sur l'ensemble du réseau. Le constat est sans appel : « *Nous avons décidé d'arrêter*, tranche Christopher Hermelin, responsable marketing et communication de l'enseigne. *Nous avions mobilisé le réseau, avec un produit de bonne qualité, mais force est de constater que le marché ne répond pas, on ne sent pas d'em-*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

consommation de vin à ce format-là, plutôt destiné, selon Arnaud Sissac, aux *food trucks, au snacking* et à la GD. « *Si nous devions tenter à nouveau l'expérience, ce serait très saisonnier, plutôt en été avec un rosé* », conclut-il. Mais ce n'est pas inscrit à l'ordre du jour du réseau V&B.

« *Le vin en canette, j'y réfléchis depuis des années* », avoue Paolo Bouca Nova, directeur commercial et achats de la chaîne francilienne **Le Repaire de Bacchus**. L'expérience a donc été tentée l'été dernier, avec un certain succès pour une première. Le rosé bio Solis Lumen, élaboré par le Domaine Montrose en Languedoc, a trouvé son public dans *pathie.* » Bref, pour Christopher Hermelin, le vin en canette n'est pas un produit caviste, « *mais plutôt destiné à la GD* ». Ce professionnel ne croit pas non plus à un supposé engouement de la clientèle plus jeune pour ce contenant. « *La capsule à vis, c'est déjà compliqué, même pour les jeunes, alors la canette... Il est clair que l'emballage dessert le produit, assimilé dans l'inconscient collectif à des produits peu qualitatifs* », estime Christopher Hermelin.

Même constat pour **V&B**, qui cible pourtant une clientèle plutôt jeune, non formatée par l'image du « vin de papa » et *a priori* ouverte aux nouveautés. À l'occasion de la fête des Pères 2021, le réseau a lancé un coffret de trois canettes contenant un blanc sec, un rouge et un rosé, un QR code permettant, par exemple, d'obtenir de façon ludique des informations sur le vigneron, sur le vin lui-même... Le tout pour 9,90 €. « *Cela n'a pas vraiment marché*, reconnaît Arnaud Sissac, directeur des opérations. *Je pense que quand on se rend chez un caviste, c'est pour consommer à la maison ou faire un cadeau. Or, la canette est un mode de consommation nomade qui ne correspond pas à la demande de notre clientèle.* » Même les *millenials*, semble-t-il, n'associent pas la

LES ENSEIGNES DE GMS BOUDENT AUSSI LE VIN EN CANETTE

Présentes de longue date dans les rayons des softs et des bières, les canettes ne semblent pas séduire les amateurs de vin en grande distribution, en tout cas pas pour l'instant. Testée à petite échelle par plusieurs enseignes, cette offre n'a pas du tout fonctionné. Supermarché Match n'en propose pas dans ses gammes de vin, pas plus que Monoprix, ni Auchan qui avait pourtant testé le format lors de ses foires aux vins d'automne en 2021. Intermarché a tenté l'expérience en mai dernier avec 300 canettes proposées au plan national et n'en avait vendu que 30% en juin. « *Il n'y a pas de demande et, du coup, on arrête. Il y a déjà une forte tension sur les approvisionnements en canettes pour les* softs *et les bières qui ont adopté ce conditionnement depuis de longues années, alors il y a peu de chance que le vin s'y mette* », conclut Stéphane Friez, adhérent à Castres (81) et responsable de la catégorie vins d'Intermarché. *F.L.*

© Unsplash - Sigmund RmiRNo

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

« Le Français, toujours un peu romantique, reste réticent face à un contenant pas encore considéré comme très noble. »

Paolo Bouca Nova, directeur commercial et achats de la chaîne francilienne Le Repaire de Bacchus

certains quartiers de Paris et en Île-de-France, plutôt caractérisés par la présence de parcs et espaces où boire l'apéritif, pique-niquer, faire la fête ou assister à un festival de musique… « *C'est un contenant propice à l'apéro, au pique-nique, on ne l'achète pas pour boire chez soi* », souligne Paolo Bouca Nova, qui reconnaît cependant que la demande émanait plutôt d'une clientèle de touristes étrangers. « *Le Français, toujours un peu romantique, reste réticent face à un contenant pas encore considéré comme très noble. Cela n'évoluera pas très vite, mais pour nous, les résultats sont encourageants.* » La canette était mise en avant à 4,70 € dans un panier proche de la caisse et, bien sûr, disponible aussi en version fraîche. Un Bag-in-Box de 3 litres du même vin se trouvait à proximité de la canette, « *deux formats qui correspondent aux mêmes moments de consommation* », rappelle Paolo Bouca Nova. Bref, « *on y est allé sur la pointe des pieds* », mais le résultat s'avère concluant. Au point que, même si rien n'est encore décidé, il est envisagé pour l'été prochain une offre de trois vins frais, deux rosés et un blanc ou deux blancs et un rosé. « *Il faut avoir une gamme pour rassurer, et pas de rouge car le vin en canette restera un produit saisonnier.* » ■

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LA REVUE DU VIN DE FRANCE

www.larvf.com

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **210044**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

2 Novembre 2022
Journalistes : **Alexandre Vingtier /Geoffrey Avé**
Nombre de mots : **658**

Visualiser l'article

Whisky "Triple Mash" : que vaut la nouvelle cuvée inédite de Jack Daniel's ?

Vidéo:https://www.larvf.com/whisky-triple-mash-que-vaut-la-nouvelle-de-cuvee-inedite-de-jack-daniel-s,4804841.asp

Il faut à chaque fois attendre de nombreuses années pour voir apparaître des nouveautés chez la distillerie du Tennessee Jack Daniel's. Leur cuvée "Triple Mash", récemment sortie, est une innovation majeure parmi les whiskies américains.

Les amateurs de whisky Jack Daniel's sont habitués au traditionnel *Tennessee whiskey*, un bourbon (à majorité de maïs) passé après distillation au travers d'une couche de charbon afin de le rendre plus rond en bouche. Certains ont peut-être déjà goûté leur *rye whiskey*, à majorité de seigle.

L'un des premiers whiskies contenant du malt américain

La Triple Mash est un assemblage des trois plus hautes qualités de whiskies américains. Il est composé à 60% de *Straight Rye Whiskey*, de 20% de *Tennessee Whiskey* et de 20% d'*American Malt Whiskey*, un whisky 100% malt... pas du malt écossais, mais du malt américain ! C'est là qu'est toute la nouveauté, puisque cette catégorie de whisky existe mais n'est pas encore définie. On aura très prochainement la définition exacte de ce qu'est un *Single American Whiskey*, ou *American Single Malt Whiskey*.

Un assemblage de bonded whiskeys

Jack Daniel's a donc créé un malt à sa façon, en avance sur la définition exacte de cette catégorie. Ils ne sont pas les premiers à s'être positionnés sur cette catégorie, mais c'est bien la première fois qu'une aussi importante distillerie en élabore. Ils en produisent depuis neuf ans déjà.

Il est composé à 100% d'orge maltée, distillée d'abord dans une colonne puis dans un alambic, selon la méthode traditionnelle américaine. Il est ensuite vieilli exclusivement dans des fûts de chêne américains neufs, pré-toastés pendant quinze minutes avant d'être carbonisés comme le stipule la loi américaine. Cette nouvelle cuvée contient donc 20% de *malt whiskey*.

Vidéo:https://www.larvf.com/whisky-triple-mash-que-vaut-la-nouvelle-de-cuvee-inedite-de-jack-daniel-s,4804841.asp

Triple Mash est d'autant plus remarquable puisqu'il s'agit d'un assemblage de*bonded whiskeys*, c'est-à-dire des whiskies embouteillés à un minimum de 50° d'alcool et vieillis dans le même type de barrique. Ils sont également tous issus de la même saison de distillation, ou du même "demi-millésime" (de janvier à juin, puis de juillet à décembre). Il fallait oser le faire !

LIRE AUSSI :

- Namibie : un whisky de grains infusés à la bouse d'éléphant... ça trompe énormément !
- Apprendre à déguster le whisky

Quel goût pour le Triple Mash de Jack Daniel's ?

Il est à majorité de seigle, les notes épicées et terreuses ainsi dominent. Derrière, on perçoit un côté doux et texturant du *Tennessee whiskey*. En milieu de bouche, on perçoit un "pivot" de malt sur les arômes et la texture, ce qui en fait un whisky riche et plein.

*Triple Mash*permet également un dialogue outre-atlantique. On parle souvent de*single malt*écossais, créés uniquement à base d'orge maltée en*pot still*, et de whiskies irlandais, créés à partir d'assemblages de différentes céréales. Cela permet donc un

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

échange entre les techniques américaines, irlandaises et écossaises.

Un whisky très intéressant pour les cocktails

Cette nouveauté est très intéressante en dégustation, mais aussi très pertinente encocktailpuisque traditionnellement, beaucoup de recettes utilisent des produits à cinquante degrés et plus. On revient donc aux sources de l'*american whiskey* comme base des grands cocktails classiques, élaborés avant et pendant la prohibition américaine sur l'alcool en 1920.

Une autre nouveauté chez Jack Daniel's : Tennessee Whiskey Bonded

Le whisky*Triple Mash*est fraîchement disponible chez le revendeur La Maison du Whisky.

Jack Daniel's sort également une autre cuvée. Il s'agit du traditionnel*Tennessee whiskey*, élaboré selon la technique du*bonded whiskey*. Ce dernier est disponible chez certains cavistes comme Nicolas.

- ***Alexandre Vingtier est expert en spiritueux, fondateur du magazine*Rumporter.**

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367810979

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **1019000**

Sujet du média : **Lifestyle Loisirs-Hobbies**

Edition : **Decembre 2022 P.3**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **464**

CAHIER SPÉCIAL 25 JEUX INÉDITS P.55 pour agiter vos méninges

SOMMAIRE

N° 213 - DÉCEMBRE 2022

MOTS FLÉCHÉS
FORCE 1 P. 75
FORCE 2 P. 17
FORCE 3 P. 9
FORCE 4 P. 69
MINI P. 81
EXPRESS P. 7
IMAGES P. 49
CONTRARIO P. 65
MINI MOTS CODÉS P. 65

FLÉCHÉS GÉANTS
FORCE 1 P. 18-19
FORCE 2 P. 52-53
FORCE 3 P. 82-83
DÉCOUVERTE P. 12-13
QUIZ P. 24-25
PHRASE CACHÉE P. 38 À 43
À THÈME P. 62-63

ET AUSSI...
MOTS CODÉS P. 27, P. 87
RONDE DES MOTS® P. 31, P. 91
MOTS MÉLANGÉS P. 33, P. 93
MINI MOTS MÉLANGÉS P. 47
MINI MOTS CROISÉS P. 67
TWIST P. 71
RIKUDO LETTRES P. 73
MINI ANAGRAMMES P. 89
KAZAMO P. 23, P. 97

JEUX DE CHIFFRES
RIKUDO P. 101
SUDOKU P. 102 À 105
TAKUZU® P. 106
KEMARU® P. 107

SOLUTIONS P. 108 À 114

BULLETIN ABONNEMENT P. 80

C'EST DE SAISON
Les clins d'œil du mois..... p. 4
BIEN DIT !
Ces citations vous disent quelque chose ?..... p. 6
C'EST COCASSE
Le français nous amuse !..... p. 8
PAS SI BÊTE !
La moule perlière, brillante ! ... p. 16
EN VOITURE, SIMONE !
Le Beaujolais, territoire doré... p. 20
LE COMPTE EST BON
Le prix Nobel en chiffres..... p. 22
À PLEIN TUBE
Histoires de chansons..... p. 26
C'EST MA NATURE
Incroyable flore d'Amazonie... p. 28
À VOS MARQUES !
Le saviez-vous ?..... p. 30
LA PETITE HISTOIRE
On vous raconte le mot Gourdji..... p. 32
MOTS DE LA MODE
Elsa Schiaparelli l'extravagante..... p. 34
DANS LE RÉTRO
Le mot de l'année 1925 : yoga..... p. 36
PÉCHÉ MIGNON
Le chou, roi du potager..... p. 44
PORTRAIT EXPRESS
Boby Lapointe, le zigoto des mots..... p. 46
BONNES FORMULES
Des expressions dignes d'une forêt..... p. 48
EN TOUTE INTIMITÉ
Lino Ventura, le tonton tranquille..... p. 50
MÉMORABLE
Les phrases culte de Johnny... p. 61
SOS DICO
Trop facile, le français !..... p. 64
HISTOIRE EXPRESS
Fascinantes reines d'Égypte... p. 66
FRANCE INSOLITE
Des lieux très fleuris..... p. 68

BELLE RÉUSSITE
Nicolas a de la bouteille..... p. 70
ŒUVRE EXPRESS
Les bœufs de Rosa Bonheur... p. 72
D'OÙ VIENNENT-ILS ?
Ces noms en disent long..... p. 74
COMPLÈTEMENT FOU !
10 infos surprenantes sur Gustave Eiffel..... p. 76
MONUMENTAL
L'abbaye de Fontevraud..... p. 84
SUIVEZ LE GUIDE
Le musée du Temps, pile à l'heure..... p. 86
RÉGIONS EXPRESS
Dans ces lieux, le verre a du souffle..... p. 88
INCROYABLE MAIS VRAI
L'écrivaine Colette privée de droits d'auteur..... p. 92
ART EXPRESS
Premières réalisatrices françaises..... p. 96

Nos actus

2022, odyssée de l'espace p. 14
Les bons mots d'Elsa Zylberstein p. 10
Sorties culturelles p. 94
Livres p. 98

© MUSÉE DE L'AIR ET DE L'ESPACE - LE BOURGET/VINCENT PANDELLÉ (2)

PROCHAIN NUMÉRO EN KIOSQUE LE 1ER DÉCEMBRE

ISTOCK/GETTY IMAGES (2) ; PHOTO12/TE ART/ABBEY FILMS/OREX FILMS ; DAMIEN BONFILS ; BIRDGEMAN IMAGES

AU SEIN OU MAGAZINE FIGURENT UN ENCART WELCOME POMPS122 JETÉ SUR UNE SÉLECTION D'ABONNÉS ET UN ENCART ABO-LETTRE HAUSSE TARIFS ADI 2022 JETÉ SUR UNE SÉLECTION D'ABONNÉS.

FEMME ACTUELLE JEUX N°213 EST EN VENTE CHEZ CERTAINS MARCHANDS DE JOURNAUX AVEC FAU ANIMO N°16 AU PRIX DE 6,30 €. VOUS POUVEZ ACHETER LES DEUX MAGAZINES SÉPARÉMENT, RESPECTIVEMENT AU PRIX DE 3,40 € ET 4,50 €. OFFRE VALABLE EN FRANCE MÉTROPOLITAINE DANS LA LIMITE DES STOCKS.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

DÉCISION boissons
L'hebdomadaire des décideurs du monde des liquides

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Agroalimentaire-Agriculture
Economie-Services

Edition : **04 novembre 2022**
P.5
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **55**

La tequila **Patrón** propose un coffret pour la fin d'année, composé d'une bouteille de tequila Patrón Silver et d'un verre à cocktail orné de dessins dont les lignes rappellent l'agave bleu weberi, qui constitue la matière première de la tequila. Proposé chez Nicolas et La Vignery au prix de vente conseillé de 56 €.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 2507993600524

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

RayonBoissons

www.rayon-boissons.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **39475**
Sujet du média : **Agroalimentaire-Agriculture**

7 Novembre 2022
Journalistes : **Chloé QUEFFEULOU**
Nombre de mots : **96**

Visualiser l'article

Le beaujolais nouveau 2022 se fait arty chez Nicolas

Le jeudi 17 novembre prochain , la chaîne de cavistes **Nicolas** , propriété du **groupe Castel Frères** , dévoilera son édition limitée du beaujolais-nouveau. Déclinée en **quatre étiquettes différentes** , le primeur 2022 résulte d'un assemblage de trois cuvées majoritairement issues de domaines situés dans le vignoble des **Pierres Dorées** et bénéficiant du label **HVE** . Trois des quatre visuels du nouveau millésime ont été réalisés en partenariat avec des artistes à l'occasion **des 200 ans de l' enseigne** , le quatrième est une illustration de **Nectar** , le « monsieur Nicolas », réalisée en 1935.

PVC 7,80 €

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LA REVUE DU VIN DE FRANCE HORS SERIE

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Semestrielle**

Audience : **N.C.**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Novembre 2022 P.58-64**

Journalistes : **Fabien Humbert**

Nombre de mots : **3544**

Saké : les secrets d'un breuvage national

En plein renouveau au pays du Soleil-Levant, le saké est en train de conquérir le cœur des Français. La RVF vous donne les codes pour mieux vous repérer dans l'univers de l'alcool de riz traditionnel des Japonais.

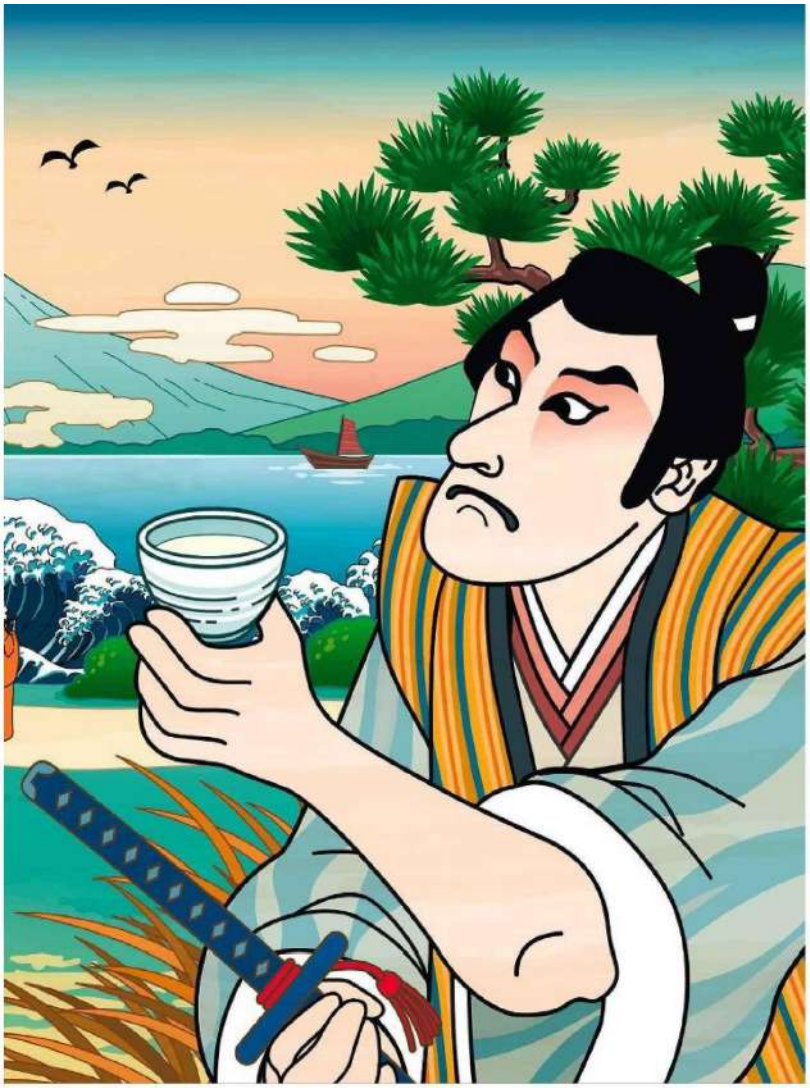
Par Fabien Humbert

Vous vous demandez sûrement quelle mouche a piqué La RVF : pourquoi donc consacrer un article de 10 pages au saké, cet alcool aux arômes de rose (de fort mauvaise qualité) qu'on sert parfois dans les restaurants asiatiques ? Peut-être, avant tout, pour vous détromper : ce que l'on appelle abusivement "saké" en France correspond à un spiritueux qui n'est absolument pas japonais, et encore moins... du saké ! « *Le saké japonais est une bière de riz, qu'on déguste comme un vin* », confie Xavier Thuizat, chef sommelier au Crillon et organisateur du concours Kura Master. Il s'agit en effet d'un alcool de fermentation (et pas du tout d'un spiritueux issu de la distillation !), qui titre communément entre 14 et 20°.

1 L'HISTOIRE DU SAKÉ

Le premier saké serait apparu au Japon aux alentours de -400 à -300 avant notre ère, en tant qu'élément du shintoïsme (culte polythéiste toujours pratiqué par une majorité de Japonais de nos jours). Ces sakés antiques étaient fabriqués d'une bien étonnante manière. De jeunes prêtresses shinto, appelées *miko* mastiquaient du riz cuit, afin que la salive et ses enzymes en dégradent l'amidon. Ce mélange riz-salive était ensuite recraché dans des jarres où il fermentait, donnant un breuvage mi-liquide mi-solide appelé *kuchi-kami no sake*. D'abord utilisé comme offrande aux divinités, il commença à être consommé lors de certaines occasions qui rythment la vie

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



Suivre l'histoire du saké, c'est se plonger dans la geste du Japon et des Japonais, tant cet alcool est indissociable de son peuple et de sa terre d'origine.

profane : les mariages, les enterrements, les fêtes… et à être produit dans les campagnes. Les Japonais (religieux shinto et paysans) continuèrent d'ailleurs de le produire jusqu'en 1945 : l'occupant américain en interdit alors la fabrication pour des raisons d'hygiène.

Plus haut sommet du pays du Soleil-Levant, le mont Fuji est également une montagne sacrée pour les adeptes du shintoïsme.

© Shutterstock

DE L'EMPEREUR AUX SEIGNEURS

On pense que le saké commença à être produit sans l'aide de la salive dans les années 400 ou 500 de notre ère, lorsque des moines bouddhistes apportèrent avec eux le secret des ferments de blé, puis de riz (le *koji-kin*). À partir de ce moment, et jusqu'à nos jours, il sera élaboré à partir de riz cuit, d'eau, de *koji-kin* et de levures. Jusqu'au XIIe siècle, notamment lors de l'époque de Heian (794-1185), le saké est avant tout consommé par l'empereur (*tenno*) et sa cour.

C'est durant le Moyen Âge japonais (1185-1603) que le breuvage va véritablement se répandre et gagner en qualité. Il quitte la cour de l'empereur, qui a perdu son influence politique, et gagner celles des seigneurs, les *daimyos*, qui veulent reproduire dans leurs fiefs le mode de vie de la capitale, Kyoto. Cette cité restera d'ailleurs longtemps le principal centre de production du saké, et sa province, le Kinaï (dans la région du Kansaï), est toujours la plus prestigieuse. Les moines bouddhistes deviennent eux aussi de gros producteurs de *nihonshu* (littéralement : saké japonais). Mieux, comme les moines cisterciens ont pu le faire avec le vin en Bourgogne, ils en améliorent grandement la qualité, notamment grâce à la technique du *bodaimoto* (ou pied de cuves pour les levures).

LA BOISSON DES SAMOURAÏS

À partir de 1571, le shogun Oda Nobunaga brise la puissance des monastères bouddhistes. De nombreux moines décident de se défroquer et de devenir *tojis* (producteurs de saké). C'est ainsi que le savoir-faire des monastères se démocratise ; la qualité globale du saké s'améliore. À partir de 1603, alors que Tokugawa Ieyasu est sorti vainqueur de la trouble période Azuchi Momoyama, le Japon entre dans l'ère d'Edo (1603-1868) du nom de la nouvelle capitale, humble village de pêcheurs et futur Tokyo. Si l'archipel est toujours doté d'un empereur, le pouvoir demeurera, pendant 250 ans, aux mains des shoguns de la famille Tokugawa. Ces derniers vont pacifier le pays, et le fermer presque totalement au reste du monde. Jusqu'en 1868, le saké constitue donc l'un des seuls alcools

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0478104600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

bus au Japon, avec le *shochu* (un spiritueux). Pendant cette période, sa consommation explose : les samouraïs, devenus oisifs faute de pouvoir exercer leurs talents martiaux, en sont friands.

LE SAKÉ SE MODERNISE

À partir du milieu du XIXe siècle, les puissances occidentales pressent le Japon de s'ouvrir au commerce international. Provoqué par l'expédition menée par le commodore Matthew Perry, la Convention de Kanagawa, signée en 1854, constitue une première brèche dans l'isolation nippone. Les Tokugawa se résolvent à ouvrir le pays au commerce international. Ce qui entraînera leur chute et la restauration de l'empereur, en 1868, qui signe le début de l'ère Meiji.

Le Japon se lance alors dans une course effrénée à la modernité. Des Japonais sont envoyés à travers le monde pour observer et maîtriser les techniques modernes. Le saké n'y échappe pas ; les *tojis* comprennent ainsi les secrets de la fermentation ou de la pasteurisations, des techniques qu'ils maîtrisaient de façon intuitive. Le Japon se dote d'un système original de partage de connaissances : le gouvernent sélectionne les meilleurs levures mises au point par les brasseries de saké (*sakakura*) et en fait profiter toutes les autres. Après la Seconde Guerre mondiale (où les faux sakés, dangereux pour la santé ont durablement abimé son image), cette boisson devient réellement un alcool de masse, industrialisé, même si des brasseries artisanales perdurent. Il atteindra son pic de consommation en 1973 avant de commencer une lente décrue, les Japonais lui préférant la bière ou le whisky.

Aujourd'hui, le saké représente seulement 5,3% des alcools consommés au Japon, mais sa qualité et sa diversité n'ont jamais été aussi grandes. Les *kura* (brasseries de saké) traditionnelles qui ont survécu à l'industrialisation remettent au goût du jour les techniques ancestrales, tandis qu'une jeune génération de *kuramoto* (patron de brasserie), les font évoluer, notamment en prenant exemple sur le vin. Il existe actuellement environ 1200 *kura* au Japon.

Arrivé au pouvoir en 1867, l'empereur Meiji (1852-1912) met fin à l'isolationnisme du Japon.

Une *kura* à Takayama, dans la préfecture de Gifu : cette cité produit un saké très réputé.

2 L'ÉLABORATION DU SAKÉ

Pour produire du saké, le *toji* et son équipe (les *kurabito*) ont besoin de quatre ingrédients : du riz, de l'eau, du *koji-kin* et des levures ! Traditionnellement, le saké est produit pendant l'hiver car les températures fraîches permettent de mieux contrôler la fermentation (le saké industriel est produit toute l'année). Une fois le riz récolté, il est débarrassé de sa balle et de ses couches extérieures avant d'être poli. Le polissage consiste à enlever une partie de la matière qui se trouve autour du cœur du grain (le *shinpaku*), là où se love l'amidon. Le riz est ensuite trempé pour le débarrasser de ses impuretés, mis à reposer une nuit pour qu'il perde son eau excédentaire, puis cuit à la vapeur au petit matin. À ce stade, une partie du riz (environ 20 %) est ensemencé avec du *koji-kin*. Au cours de ce processus qui dure plusieurs jours, dans une salle spéciale de la *kura*, le riz se couvre d'une moisissure (noble) blanche. Ensuite le *koji* (*koji-kin* + riz) est mélangé aux 80 % de riz cuit restant pour l'étape cruciale de la fermentation alcoolique (*moromi*).

DU *MOROMI* À LA MISE EN BOUTEILLE

Le riz est alors mis en présence des levures qui ont été préalablement sélectionnées au sein du pied de cuve (*shubo*). Traditionnellement, ce mélange se fait en plusieurs étapes, le processus pouvant durer plusieurs jours. Pendant la fermentation, les sucres de l'amidon contenu dans le riz, devenus fermentescibles grâce au *koji-kin*, sont transformés en alcool par les levures. Au final, le *toji* obtient une pâte semi-liquide, qu'il va presser par gravité dans des sacs de coton. Le liquide qui en sort est le saké. Il titre communément entre 14 et 20 °, mais peut aussi afficher un degré bien moindre

© CC3.0/Bernard Gagnon / D. R.

LEXIQUE

Daiginjo : saké poli au moins à 50%
Ginjo : saké poli au moins à 60%
Ginjo-ka : style de saké
Honjozo : saké avec ajout d'alcool
Junmaï : saké sans ajout d'alcool
Kimoto : méthode traditionnelle de production du saké
Koji-kin : champignon servant de ferment
Koshu : saké vieilli
Kura : brasserie de saké
Kurabito : ouvriers de la *kura*
Kuramoto : propriétaire de *kura*

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0478104600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

L'élaboration du saké est un processus long et complexe. Toujours en vigueur chez certains producteurs, les techniques les plus traditionnelles sont vieilles de plusieurs centaines d'années.

(5 °). Viennent ensuite les opérations de clarification, de filtration, ou encore de pasteurisation (lesquelles ne sont pas obligatoires) avant la mise en bouteille. La méthode traditionnelle que nous venons de décrire succinctement peut durer plusieurs semaines, mais la grande majorité du saké consommé au Japon est produit de manière plus industrielle et automatique, en quelques heures seulement

3 BIEN CHOISIR SON SAKÉ

Il existe plusieurs façons de classer les sakés. En voici quelques-unes, qui devraient vous aider à mieux connaitre vos goûts et à vous y retrouver dans un univers foisonnant et beaucoup plus divers qu'il y paraît.
Choisir sa cuvée préférée au sein d'un linéaire de saké n'est pas chose aisée. En effet, la plupart du temps, les informations sont en japonais ! Heureusement, de plus en plus de *kura* font l'effort de traduire leurs contre-étiquettes pour le marché hexagonal, et le circuit de distribution du saké (restaurants, cavistes et sites internet) permet aux amateurs d'avoir accès à des conseils éclairés ou des descriptions précises. Voici cependant quelques clés pour mieux vous y retrouver.

> Selon l'ajout ou non, d'alcool

Une première distinction s'opère entre les sakés avec ajout d'alcool (*honjozo*), ou sans ajout (*junmaï*). Les *honjozo* ont en effet reçu un peu d'alcool neutre, avant la mise en bouteille, afin de stopper la fermentation, de stabiliser le saké. Cela a pour effet de mettre en sourdine certains arômes et d'arrondir les angles. Il s'agit du type de saké le plus consommé au Japon et dans le monde... sauf en France où il a souvent mauvaise presse. « *Il existe pourtant de très bons* honjozo, *comme celui produit par la maison Kokuryu qui est présente à la cour de l'empereur* », pointe Xavier Thuizat. La France voue au contraire un culte aux *junmaï* (majoritaires dans l'Hexagone) : plus onéreux (à partir de 20 €), ils sont aussi souvent plus puissants et aromatiques.

Le Saké Samouraï Youlin Ly dirige le restaurant ERH, et a ouvert à Paris La maison du Saké.

En 2020, Xavier Thuizat est devenu le troisième Saké Samouraï français.

> Selon le taux de polissage

On peut aussi distinguer les sakés selon le taux de polissage du riz. Les sakés *ginjo* doivent présenter un taux de polissage supérieur ou égal à 60 %, tandis que celui des *daiginjo* est supérieur ou égal à 50%. Ces chiffres représentent le taux de matière qui reste, et non le pourcentage de matière enlevée lors du polissage. Par exemple, la cuvée Dassai 23 est un *daiginjo* qui a été élaboré à partir d'un riz dont on a évacué 77 % de la matière (il en reste 23%). Enlever de la matière au riz permet une meilleure fermentation, et donne la possibilité aux levures de mieux imposer les arômes qu'elles renferment. Par contre c'est une opération longue et couteuse ; ces sakés sont donc souvent onéreux. Les sakés fortement polis (style *ginjoka*) sont-ils forcément meilleurs ? C'est une affaire de goût. « *Grâce aux levures, ils peuvent développer des arômes de fruits (poire, pomme, litchi...) et de fleurs blanches qu'on retrouve dans certains vins blancs, ou au contraire mettre en avant les ingrédients que sont l'eau et le riz, comme par exemple le Hakutsuru Nishiki* junmaï daiginjo », nous informe le Saké Samouraï Youlin Ly, fondateur de la Maison du Saké. Les sakés peu polis évoqueront plutôt des arômes de céréales (riz, mais aussi parfois blé), de sous-bois, ou des notes fermentaires. Ils ont aussi davantage de corps.

> Selon le goût

Une troisième distinction peut se faire selon le goût. Les sakés peuvent en effet appartenir à trois grandes familles : les "traditionnels", les "modernes", et les "natures". Traditionnellement, les sakés devaient présenter des arômes discrets, qui apparaissent et disparaissent en un instant (adieu

Ochoko : coupe traditionnelle japonaise
Sakazuki : coupe traditionnelle japonaise
Toji : maître sakéificateur, équivalent du maître de chai
Yamahaï : méthode traditionnelle de production du saké

© Victor Bellot 1995 - Fabien Humbert

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0478104600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

LA REVUE DU VIN DE FRANCE HORS SERIE

Saké : les secrets d'un breuvage national

Edition : **Novembre 2022 P.58-64**

DU SAKÉ **made in France !**

En 2021, les exportations de saké du Japon vers la France ont dépassé 3,5 millions d'euros en valeur, un chiffre 2,3 fois plus élevé qu'en 2020, et environ 5,5 fois plus élevé qu'il y a 10 ans. De plus en plus consommatrice de saké (438 363 litres en 2021), la France est aussi en train de devenir une terre de production. Dans la région parisienne, Nicolas Julhès (Distillerie de Paris) a sorti son propre saké qui ne ressemble à aucun autre : Ayam. Takuma Nagawa et Shoya Imai, deux Japonais fanas de vin, se sont associés pour produire à Montreuil les sakés Wakaze avec des ingrédients français (sauf le *koji-kin*) et ont sorti 200 000 bouteilles en 2022 ! Dans la vallée du Rhône, Grégoire Bœuf a monté Les Larmes du Levant en 2017. Il produit des sakés traditionnels, en utilisant des ingrédients d'origine japonaise (sauf l'eau !). Quant à Richard Geoffroy (ex-Dom Pérignon), il a exporté son savoir-faire au Japon en créant la *kura* Shiraiwa.

Sise à Montreuil, à l'est de Paris, depuis 2019, la *kura* Wakaze produit du saké comme au Japon... mais avec des ingrédients français !

la longueur en bouche recherchée dans le vin). Une approche typiquement japonaise. Il existe encore de tels sakés dans les maisons les plus traditionnelles. « *Ces sakés "traditionnels" se signalent par des arômes céréaliers ou par une sensation désaltérante, voire aqueuse. Les "modernes" sont en général des sakés fortement polis où les arômes des levures (fruits, fleurs blanches...) vont prendre le pas. Les sakés "natures" seront souvent marqués par des arômes fermentaires (ils sont parfois un peu perlants à l'ouverture de la bouteille), de céréales, de champignons. Ils ont souvent plus de corps et un goût prononcé* », décrypte Youlin Ly. D'une manière générale, les modernes et les natures ont plus de longueur en bouche.

> Les autres mentions

Le saké est un monde en soi, et il en existe de très nombreux types. Les sakés peu ou pas filtrés, qui présentent une robe plus ou moins blanchâtre du fait de la présence de résidus de levures et de riz, sont appelés *nigori*. La plupart du temps, le saké est conçu pour être bu dans l'année qui suit sa mise en bouteille, mais on recense de plus en plus de sakés millésimés. Ainsi, les *koshu* sont des sakés vieillis en fût ou en cuve au moins trois ans. Fort logiquement, de plus en plus de *kura* expérimentent des méthodes de vieillissement similaires au vin. Ces sakés développeront bien sûr des arômes liés au bois du fût (cèdre, chêne mizunara...), mais aussi parfois des arômes de miel de sucres résiduels, qui font penser aux sauternes, voire des arômes oxydatifs qui les rapprochent de nos vins jaunes. Il existe aussi des sakés plus ou moins pétillants (*kasseishu*, *happoshu*), qui peuvent être élaborés selon la méthode champenoise. Vous trouverez aussi parfois sur les bouteilles des informations sur les méthodes de production comme *kimoto*, *yamahai* (méthodes de production traditionnelles) ou *shizuku* (pressage traditionnel) « *Ces sakés présenteront un côté*

© Nathalie Coster Photographie

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0478104600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

épicé, de la mâche et de la présence en bouche », indique Xavier Thuizat. S'il n'existe pas d'AOC pour le saké, la mention *nihonshu* est devenue une indication géographique et désigne un saké produit... au Japon !

4 DÉGUSTER LE SAKÉ

Les sakés effervescents, souvent classés parmi les modernes (*ginjoka*), se boivent à la même température qu'un champagne ou qu'un crémant (8-10° C), dans des verres à vin, à l'apéritif. Les sakés modernes tranquilles se dégustent, à l'apéritif ou pendant le repas, comme nos vins blancs (10-12 °), dans des verres à vin pour exprimer leurs délicats arômes de fleurs ou de fruits. Les sakés peu polis et les sakés natures peuvent se déguster chambrés (14°) dans des verres à vin ou coupes traditionnelles japonaises, plutôt pendant le repas. Dans ce cas, ils peuvent aussi se boire tièdes ou chauds. Les sakés traditionnels ne sont pas faits pour les verres à vin, leurs arômes s'échappant rapidement ; ils seront mieux mis en valeur par des coupes traditionnelles et peuvent être servis tièdes ou chauds. On peut les déguster en apéritif, ou lors d'un moment de calme et de recueillement, presque de méditation.

Il existe deux principaux types de coupes traditionnelles : les *ochokos*, de petits verres en céramique, en porcelaine ou en émail qui contiennent en général 3 ou 4 cl de liquide, et les *sakazukis*, de petites coupelles (2 ou 3 cl) évasées. Nous vous déconseillons l'usage du *masu*, une coupe en bois carrée : d'une part, celle-ci n'a aucun apport aromatique ; d'autre part, il est fort difficile d'y boire sans en mettre partout. Si vous préféréz boire votre saké chaud, munissez-vous d'une *tokkuri*, une petite carafe souvent en céramique ou en porcelaine où vous transvaserez une partie du saké avant de la faire chauffer au bain-marie jusqu'à la température voulue. Les températures du saké vont de *Yuki hie* ("À la fraîcheur de la neige", 5° C) à *Tobikiri kan* ("Saké chauffé au point de nous faire partir pour de bon", égal ou supérieur à 55°C). Au Crillon, Xavier Thuizat a pris l'habitude de servir le saké chauffé (aux alentours de 37 ou 40°) en hiver.

© Shutterstock

Il existe un grand nombre de types de sakés, et ceux-ci ne peuvent pas être appréhendés de la même façon. Il faut donc adapter les moments de dégustation, les contenants, et même les températures de service diffèrent.

DES GARDES VARIABLES SELON LES SAKÉS

Le saké doit être conservé à l'abri de la lumière, dans un endroit frais et calme, sans vibrations : une cave à vin naturelle ou électrique par exemple. Sauf exception, les sakés modernes se gardent entre six mois et un an. Les traditionnels peuvent rester en bouteille entre un et trois ans avant d'être bus, les natures entre cinq à sept ans. Une fois ouverte, conservez la bouteille de saké au frigo et finissez-la sous trois ou quatre jours pour les modernes, entre dix jours et un mois pour les traditionnels ; avec les sakés natures, comme souvent les levures travaillent encore, le potentiel de garde après l'ouverture varie énormément.

UN ALCOOL DE PLUS EN PLUS FACILE À TROUVER

On trouve très rarement du saké en grande distribution. Vous pouvez vous rabattre sur les épiceries japonaises, ou les cavistes qui sont de plus en plus nombreux à en proposer (y compris les réseaux spécialisés, comme Nicolas ou Le Repaire de Bacchus). À Paris, on trouve quelques magasins spécialisés, comme la Maison du Saké (www.lamaisondusake.com) dans le IIe arrondissement. Sur internet, citons Midorinoshima (www.midorinoshima.com), Osake (www.osake.fr) ; la plupart des sites de ventes de vin en ligne proposent eux aussi du saké : Vinatis, Vin-Malin, Wineandco, Lavinia, iDealwine...

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0478104600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

5 POUR ALLER PLUS LOIN...

Cet article vous a donné une irrépressible envie de dire *Kampaï* ! ("Santé", en japonais) ? Voici quelques évènements et des conseils de lecture pour celles et ceux qui voudraient en savoir plus sur le saké et son univers.

LA FÊTE DU SAKÉ NOUVEAU

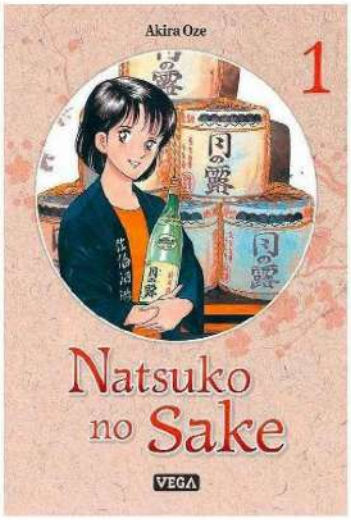
Depuis 2018, entre février et mars, des dizaines de restaurants et de bars français font déguster le saké de première presse, non pasteurisé, et légèrement pétillant, fraîchement débarqué par avion du Japon.
www.sakenouveau.com

LE CONCOURS KURA MASTER

Chaque mois de mai depuis 2017, le sommelier du Crillon et Saké Samuraï Xavier Thuizat organise le Kura Master, un concours français qui récompense les sakés japonais à destination du public hexagonal et japonais. Les sakés sont goûtés à l'aveugle, les meilleurs reçoivent une médaille d'or ou de platine. Les bouteilles récompensés peuvent être achetées et dégustées, les yeux fermés.

De nombreux prix ont été remis lors de la dernière édition du concours Kura Master, en mai 2022.

LE MANGA : *NATSUKO NO SAKE*

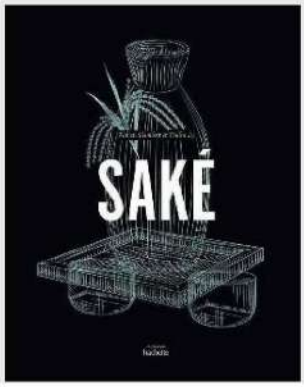


Signé Akiro Oze, *Natsuko no Sake* est édité en France par Vega (11 € le tome)

Natsuko no Sake nous narre l'histoire d'une jeune femme de 22 ans, Natsuko, qui a quitté sa province natale (Niigata, célèbre pour ses sakés de qualité), pour aller vivre à Tokyo et faire carrière dans la publicité. Mais la mort de son frère, qui a repris la *kura* familiale va bouleverser ses plans et sa vie. Les six tomes de ce manga extrêmement bien documenté, tout en restant sensible et facile à lire, vous permettrons de mieux comprendre comment le saké est fabriqué, mais aussi sa place dans la société japonaise des années 1980-1990.

LA BIBLE DU SAKÉ EN LIBRAIRIE

Fabien Humbert est l'auteur, avec Youlin Ly, de *Saké* (Hachette, 288 p., 24,95 €) : ce livre explique par le menu les étapes de fabrication du breuvage, donne des conseils de dégustation, explore les principales régions productrices, met en lumières certaines des *kura* les plus iconiques, vous aide à vous y retrouver dans les différents types de sakés, vous donne des conseils de dégustation... On y trouve aussi cinq cocktails au saké faciles à réaliser chez vous, ainsi que dix recettes et accords entre gastronomie et saké.



©D.R.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0478104600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LA MANCHE LIBRE

Famille du média : **Médias régionaux (hors PQR)**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **1127000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **12 novembre 2022**

P.10-11

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **1580**

Patrimoine

Le calvados est plus réjouissant que jamais

■ Le calvados ne s'est jamais ringardisé contrairement à d'autres alcools de terroir.

■ Nouveau packaging, nouveaux arômes attestent d'un produit vivant et dynamique.

■ Signe du succès ? On le trouve toujours plus présent dans les cocktails et bars branchés.

Lorsqu'on commence à parler de calvados à Caen et ses environs, tout le monde s'accorde pour dire qu'il connaît *"un oncle ou une tante qui en fabrique"*. Si les Normands sont attachés à cette image familiale et de terroir, il ne faut pas ignorer que le calvados est une production moderne et dynamique qui s'exporte à 50 % ! Désormais, le calvados se décline : *"Le château du Breuil propose par exemple une liqueur à la vanille qui peut se boire en apéritif,* détaille Grégory Chevris, gérant de la Cave Nicolas, rue du 11-Novembre à Caen. *Ça va plaire aux personnes qui n'aiment pas les alcools trop forts."* La Famille Dupont propose, elle, l'original, un calvados *"très jeune qui va bien aller en cocktail"*, précise le caviste. D'autres optent pour un changement plus radical, en proposant par exemple du calvados arrangé. *"On a voulu faire quelque chose de fun"*, se remémore Kristen Paravisini. Pour le gérant de Terres Normandes à Cambremer, qui est aussi maître de chai, distillateur à la distillerie des Ambres, tradition n'est pas en contradiction avec modernité : *"Je prône le fait qu'on peut rester traditionnel tout en innovant. Ce ne sont pas les mêmes consommateurs ni les mêmes instants de dégustations."* Orange-café ou gingembre-citron vert font partie des recettes à découvrir. *"C'est favorable au calvados traditionnel puisque ça contribue à le faire connaître."* Ces calvados arrangés sont vendus uniquement chez des cavistes et en épiceries fines, à 80 % en Normandie. Une partie est vendue à l'export, en Belgique ou au Luxembourg.

Nouveau design

D'autres professionnels ont décidé de s'attaquer au visuel. C'est le cas de la Maison Drouin, qui a réinventé ses packagings. *"On a travaillé avec un designer pour avoir des étiquettes qui ont un impact visuel plus fort. On a enlevé des dorures, changé les caractères. On utilise par exemple un gros cachet de cire, qui est un élément traditionnel, mais en le mettant de manière très évidente sur le flan de la bouteille. Ça donne de la modernité"*, détaille Guillaume Drouin, aux commandes de la Maison Christian Drouin, fondée par son grand-père à Pont-l'Évêque. Aux domaines qui montent, cave installée rue de Bras à Caen, tout un pan de murs est dédié au calvados. Et les contenants aussi changent d'allure. Certaines maisons *"proposent des flashs à glisser dans la poche"*, décrit Bruno Didier, le gérant.

Les maisons de calvados ont aussi décidé de se rapprocher de la filière bar. *"On a la chance d'être à deux heures de Paris, donc on fait venir des barmans de la Capitale pour leur faire découvrir qui on est et comment on le produit"*, ajoute Guillaume Drouin. Désormais, les ventes dans les bars à cocktails représentent 20 % des volumes de la maison. Pour aller encore plus loin, la Famille Dupont veut mettre l'accent sur le *food payring. "C'est notre objectif pour 2023. L'idée est de conseiller nos calvados avec tel fromage ou tel plat"*, précise Marie Marois, directrice du Domaine à Victot-Pontfol dans le Pays d'Auge.

Encore un bel avenir pour le calvados, à consommer avec modération bien sûr !

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7558304600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Au lycée Rabelais, on fait découvrir le calvados à la jeune génération

Reportage

"On leur apprend la mixologie, c'est-à-dire à mêler acidité, sucrosité et force de l'alcool dans un cocktail", explique Aline Van Laeys, professeur au lycée hôtelier François-Rabelais d'Ifs. Elle s'occupe notamment d'une dizaine d'élèves en section bar, une année de spécialisation après le bac pro. *"Il faut bien sûr être majeur."* Lors de cette année, les élèves vont apprendre les cocktails de base, la gestuelle puis la mixologie, sorte de *"cuisine liquide"* où ils apprennent à créer leurs propres associations de saveurs pour les cocktails. Parmi les alcools travaillés, les traditionnels vodka, rhum blanc, mais aussi le calvados : *"On essaie de le sortir de cette image désuète et de faire découvrir aux élèves cet alcool dans des cocktails. Ça lui donne un coup de neuf."* Autre façon de moderniser cette eau-de-vie ? *"Le payring"*, *c'est-à-dire* un accord entre cocktails et plats. *"Souvent, ils ressortent du cours en étant étonnés de l'utilisation qu'ils peuvent en faire."*

Trio de tête

En leur faisant découvrir cette boisson qui est *"malheureusement plus connue à l'étranger qu'en France"*, les jeunes *"découvrent le produit autrement"*. Au fil de l'année, *"il fait d'ailleurs souvent partie du trio de tête lorsqu'ils doivent composer un cocktail"*, se félicite la professeur. Pour Aline Van Laeys, mieux défendre le calvados passe aussi par la connaissance de la boisson : *"Nous allons passer une journée découverte dans une distillerie."*

Aline Van Laeys est professeure pratique restaurant et bar au lycée des métiers de l'hôtellerie-restauration François-Rabelais, à Ifs.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Nicolas Kermeur propose des cocktails à base de calvados dans son bar Les Déserteurs à Caen.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7558304600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Cocktails, plats... Consommation réinventée

Reportage

"Je ne propose pas d'Embuscade dans mon bar." La plus célèbre des boissons caennaises à base de calvados n'est pas servie aux Déserteurs, bar caennais tenu par Nicolas Kermeur. *"On prend souvent un mauvais calvados, pour relever un mauvais vin blanc"*, poursuit le gérant, même s'il reconnaît que ça permet de *"démocratiser cette eau-de-vie auprès des jeunes"*. Ici, le calvados a toute sa place dans des cocktails que Nicolas Kermeur crée en fonction de la saison et de ses envies. *"C'est paradoxal, parce qu'à Paris, ça fait déjà des dizaines d'années qu'il est en cocktail, alors qu'ici on a encore l'image de la boisson qu'on trouve chez papy et mamie."* En Calvados tonic ou en Clear Milk Punch, la dégustation du calvados est totalement réinventée.

Au bar Nonna, place Saint-Sauveur à Caen, le calvados est infusé au beurre : *"C'est un des ingrédients du cocktail que l'on propose en ce moment avec la gentiane salers, la liqueur bénédictine qui amène le sucre, le fruit et, pour la gourmandise, on s'est dit que calvados et beurre iraient très bien. C'est un peu à la façon d'une tarte aux pommes"*, explique Louis Saint-Martin, le gérant de l'établissement. *"Notre bar s'appelle* Nonna, *c'est la mamie en italien et notre but est de ramener sur le devant de la scène ces alcools de grand-mère."* Aux Déserteurs, Nicolas Kermeur espère redorer le blason du calvados, à l'image du cidre qui revient de plus en plus à la mode.

Le Calva club

Pour dépasser l'image du digestif en fin de repas, le cocktail semble être la solution plébiscitée par les professionnels du secteur, à tel point que l'IDAC, l'Interprofession des appellations cidricoles, basée à Thue et Mue, a lancé le Calva club, un concours pour *"valoriser le calvados en cocktails et montrer que c'est un produit très versatile dans toutes les préparations"*, précise Damien Amadou, responsable communication de l'IDAC. En juin dernier, douze barmen, de France et de Belgique, se sont affrontés pour créer des cocktails à base du spiritueux normand devant un jury de professionnels. *"Le gagnant représente le calvados au salon Bar Convent à Berlin, plus grand salon des spiritueux au monde. Ça nous permet d'exister dans cet écosystème de grandes marques et catégories d'alcool."*

Outre les cocktails, on peut aussi retrouver le calvados dans les plats. Clément Charlot, chef au restaurant Fragments de Caen, l'utilise pour apporter *"du caractère à ses plats"*. Pour remettre la boisson au goût du jour, le chef propose par exemple le fameux trou normand - souvent un sorbet à la pomme accompagné de calvados - avec une glace à la rhubarbe.

Le chef Olivier Barbarin, qui a récemment ouvert son restaurant Magma à Caen, a par exemple créé un baba au calvados pour *"moderniser"* le spiritueux. *"Il faut arrêter l'image du produit de terroir à la fin du repas. C'est un alcool haut de gamme."* Le chef propose aussi des fromages marinés, comme un bleu de l'Orne au calvados. Par contre, pour lui, *"c'est une hérésie de cuisiner un très bon calvados ! On n'utilise pas un château Margaux dans un bœuf bourguignon."*

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7558304600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le calvados en chiffres

3 AOC
C'est le nombre d'AOC, Appellations d'origine contrôlée, qui existent pour le calvados.
L'AOC calvados sur une grande partie du territoire normand, l'aire d'appellation AOC calvados Pays d'Auge s'étend à l'est du département du Calvados et le calvados domfrontais dans la partie sud du bocage normand.

300 producteurs
Environ 300 producteurs produisent du calvados dans la région Normandie.

5 à 6 millions de bouteilles
Chaque année, entre 5 et 6 millions de bouteilles de calvados sont vendues en France et dans le monde. Une bouteille sur deux est vendue à l'étranger, dans les pays d'Europe du Nord, comme l'Allemagne ou l'Angleterre, ainsi qu'au Japon et aux États-Unis. Plus de 80 pays sont importateurs.

5 à 10 %
En 2022, les ventes de calvados devraient augmenter de 5 à 10 % par rapport à 2021, qui était déjà une année de relance.

60 à 70 millions d'euros
Chaque année, la filière du calvados produit en Normandie représente un chiffre d'affaires de 60 à 70 millions.

10 kg de pommes
C'est le nombre de kilos de pommes nécessaires pour produire une bouteille de calvados.

Entre 5 et 6 millions de bouteilles de calvados sont vendues chaque année.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LSA

www.lsa-conso.fr

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **747595**
Sujet du média : **Economie - Services**

14 Novembre 2022
Journalistes : **Sylvie Leboulenger**
Nombre de mots : **182**

Visualiser l'article

Nicolas fête le Beaujolais Nouveau de façon artistique

Le caviste du groupe Castel fête cette année son bicentenaire. L'occasion pour un Beaujolais Nouveau un peu plus original que les autres années.

Cette édition limitée du Beaujolais Nouveau représente Nectar, personnage qui incarne la chaîne de cavistes Nicolas.

Cette année 2022 aura été ensoleillée, donnant pour le Beaujolais Nouveau un millésime franc et gourmand, annonce le caviste du groupe Castel. Pour le fêter, Nicolas présente son édition limitée, à retrouver en cave et sur nicolas.com à partir du 17 novembre. Celle-ci se distingue par ses étiquettes artistiques dont 3 réalisées en partenariat avec des artistes, et cela à l'occasion des 200 ans du caviste. Alice Des, Mathieu Persan et Alice Wietzel ont ainsi participé à la réinterprétation de l'iconique personnage Nectar. Nicolas remet également à l'honneur l'une des illustrations emblématiques de Nectar réalisée par Cassandre en 1935.

PVC : 7,8 €, la cuvée Beaujolais Nouveau Nicolas 2022 HVE; 8,9 €, le Beaujolais Nouveau Domaine Pass'loup HVE 2022 et le Beaujolais Nouveau Tradition Vieilles Vignes non filtré Loron 2022 et 13,5 €, le Mâcon villages nouveau 2022

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LSA LA QUOTIDIENNE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **14 novembre 2022**
P.33-34
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **185**

Nicolas fête le Beaujolais Nouveau de façon artistique

Le caviste du groupe Castel fête cette année son bicentenaire. L'occasion pour un Beaujolais Nouveau un peu plus original que les autres années.

Cette édition limitée du Beaujolais Nouveau représente Nectar, personnage qui incarne la chaîne de cavistes Nicolas.

Cette année 2022 aura été ensoleillée, donnant pour le Beaujolais Nouveau un millésime franc et gourmand, annonce le caviste du groupe Castel. Pour le fêter, Nicolas présente son édition limitée, à retrouver en cave et sur nicolas.com à partir du 17 novembre. Celle-ci se distingue par ses étiquettes artistiques dont 3 réalisées en partenariat avec des artistes, et cela à l'occasion des 200 ans du caviste. Alice Des, Mathieu Persan et Alice Wietzel ont ainsi participé à la réinterprétation

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

de l'iconique personnage Nectar. Nicolas remet également à l'honneur l'une des illustrations emblématiques de Nectar réalisée par Cassandre en 1935.

PVC : 7,8 €, la cuvée Beaujolais Nouveau Nicolas 2022 HVE; 8,9 €, le Beaujolais Nouveau Domaine Pass'loup HVE 2022 et le Beaujolais Nouveau Tradition Vieilles Vignes non filtré Loron 2022 et 13,5 €, le Mâcon villages nouveau 2022

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Le Petit Bleu D'AGEN

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **45000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Page non disponible

Edition : **17 novembre 2022 P.6**

Journalistes : **Marie-Alix Hebrard**

Nombre de mots : **604**

Le beaujolais nouveau est arrivé et on continue de le fêter !Avec quoi le déguster ?

Du côté de la cave Nicolas, au marché couvert, on donne quelques conseils pour savoir avec quoi déguster ce premier vin de l'année. « L'idéal, c'est avec des légumes et des fruits de saison », nous explique le caviste. « Une soupe de potimarron, des châtaignes grillées ou bien bouillies avec une feuille de figuier. » Et du côté des viandes ? « C'est la période de la chasse, alors le beaujolais se mariera très bien avec un perdreau aux choux. » Bon appétit !

« Le beaujolais nouveau est arrivé ! ». Ce slogan, les amateurs de vin le connaissent bien et peuvent dès à présent le voir fleurir un peu partout.

Comme depuis 71 ans, ce troisième jeudi du mois de novembre va voir être débouchées les toutes premières bouteilles du beaujolais nouveau. Ce vin de primeur de l'année, se consomme souvent rapidement, dans les quinze derniers jours de novembre selon la tradition. Une tradition à laquelle tiennent particulièrement un grand nombre de français.

« Les gens sont contents, chaque année, de venir chercher leur bouteille de beaujolais nouveau », explique Florian Boulet, de la cave à vin Vinissim'O située en centre-ville d'Agen et au Passage. « Chaque année, la tendance se maintient à peu près et on essaie de perpétuer la tradition. »

Un retour en grâce

Pourtant, malgré cet attachement particulier des Français pour ce vin, il a longtemps subi de nombreux a priori que les cavistes et les vignerons travaillent petit à petit à faire tomber. « Notre travail, en tant que caviste, c'est sélectionner des bons vins et de les proposer à nos clients », explique Florian Boulet, « aujourd'hui, les vins jeunes comme le beaujolais sont moins décriés. C'est comme pour les vins classiques, il y a toujours de tout ! »

Aujourd'hui, on ne parle plus d'un vin au goût de banane ou de fruits rouges, c'est un vin qui regagne progressivement ses lettres de noblesse après un certain désamour du consommateur dans les années 1990. « Les habitudes de consommation changent aussi », analyse le professionnel. « Maintenant, c'est un plus rare que les gens cherchent spécifiquement des vins de garde », explique-t-il. « Désormais, on vient chercher une bouteille a boire le soir avec des amis ou bien pour le week-end. »

Une formule gagnante

« Aujourd'hui, la région du beaujolais, c'est comme la région du bordeaux », analyse le caviste. « Certes, il y a le beaujolais nouveau que des vignerons continuent de produire par rapport à la tradition mais ils produisent aussi d'autres très bons vins ».

Ainsi, au-delà de la promotion d'un vin jeune, c'est aussi la promotion d'une région viticole entière pour les cavistes. « Autour de dégustations ce jeudi et samedi, nous en profitons aussi pour faire découvrir d'autres vins de cette région », annonce Florian Boulet.

À l'instar de Vinissim'O, nombreux sont les points de débit de boissons à organiser, eux aussi, leur soirée beaujolais. Une recette qui fait mouche chaque année et qui participe à perpétuer la tradition. Du côté du VnB, dans la zone Agen sud, on retrouvera la traditionnelle soirée beaujolais, tout comme à la Belle Pinte où il sera possible, en plus de boire le vin nouveau, de soutenir un jeune équipage du 4L Trophy. Ainsi, au-delà d'un simple vin à déguster sur une durée limitée, le Beaujolais reste un incontournable de la convivialité et une belle date dans le calendrier des bons vivants. Santé, mais avec modération !

Marie-Alix Hebrard

*L'abus d'alcool est dangereux pour la santé.

000ksP3CseZCrKfSj1s-ERTTCHthdLr7K5351DmSXxPsbRvORfKykufdqv-fxBYFYNzE2

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 8974604600503

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Le Petit Bleu D'AGEN

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **138243**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

17 Novembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **726**

www.petitbleu.fr

Visualiser l'article

Le beaujolais nouveau est arrivé et on continue de le fêter !

Il est de retour. Comme depuis sept décennies, ce jeudi, troisième du mois, voit revenir le beaujolais nouveau.

Vin de primeur, celui qui avait été boudé pendant une période revient chaque année un peu plus sur le devant de la scène.

"Le beaujolais nouveau est arrivé !". Ce slogan, les amateurs de vin le connaissent bien et peuvent dès à présent le voir fleurir un peu partout.

Comme depuis 71 ans, ce troisième jeudi du mois de novembre va voir être débouchées les toutes premières bouteilles du beaujolais nouveau. Ce vin de primeur de l'année, se consomme souvent rapidement, dans les quinze derniers jours de novembre selon la tradition. Une tradition à laquelle tiennent particulièrement un grand nombre de français.

"Les gens sont contents, chaque année, de venir chercher leur bouteille de beaujolais nouveau", explique Florian Boulet, de la cave à vin Vinissim'O située en centre-ville d'Agen et au Passage. "Chaque année, la tendance se maintient à peu près et on essaie de perpétuer la tradition."

Un retour en grâce

Pourtant, malgré cet attachement particulier des Français pour ce vin, il a longtemps subi de nombreux a priori que les cavistes et les vignerons travaillent petit à petit à faire tomber. "Notre travail, en tant que caviste, c'est sélectionner des bons vins et de les proposer à nos clients", explique Florian Boulet, "aujourd'hui, les vins jeunes comme le beaujolais sont moins décriés. C'est comme pour les vins classiques, il y a toujours de tout !"

Aujourd'hui, on ne parle plus d'un vin au goût de banane ou de fruits rouges, c'est un vin qui regagne progressivement ses lettres de noblesse après un certain désamour du consommateur dans les années 1990. "Les habitudes de consommation changent aussi", analyse le professionnel. "Maintenant, c'est un plus rare que les gens cherchent spécifiquement des vins de garde", explique-t-il. "Désormais, on vient chercher une bouteille a boire le soir avec des amis ou bien pour le week-end."

Une formule gagnante

"Aujourd'hui, la région du beaujolais, c'est comme la région du bordeaux", analyse le caviste. "Certes, il y a le beaujolais nouveau que des vignerons continuent de produire par rapport à la tradition mais ils produisent aussi d'autres très bons vins".

Ainsi, au-delà de la promotion d'un vin jeune, c'est aussi la promotion d'une région viticole entière pour les cavistes. "Autour de dégustations ce jeudi et samedi, nous en profitons aussi pour faire découvrir d'autres vins de cette région", annonce Florian Boulet.

À l'instar de Vinissim'O, nombreux sont les points de débit de boissons à organiser, eux aussi, leur soirée beaujolais. Une recette qui fait mouche chaque année et qui participe à perpétuer la tradition. Du côté du VnB, dans la zone Agen sud, on retrouvera la traditionnelle soirée beaujolais, tout comme à la Belle Pinte où il sera possible, en plus de boire le vin nouveau, de soutenir un jeune équipage du 4L Trophy. Ainsi, au-delà d'un simple vin à déguster sur une durée limitée, le Beaujolais reste un incontournable de la convivialité et une belle date dans le calendrier des bons vivants. Santé, mais avec modération !

*L'abus d'alcool est dangereux pour la santé.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Du côté de la cave Nicolas, au marché couvert, on donne quelques conseils pour savoir avec quoi déguster ce premier vin de l'année. "L'idéal, c'est avec des légumes et des fruits de saison", nous explique le caviste. "Une soupe de potimarron, des châtaignes grillées ou bien bouillies avec une feuille de figuier." Et du côté des viandes ? "C'est la période de la chasse, alors le beaujolais se mariera très bien avec un perdreau aux choux." Bon appétit !

Avec quoi le déguster ?

Tous produits par des viticulteurs avec qui travaille toute l'année Florian Boulet, de nombreux Beaujolais vous attendent dès aujourd'hui aux caves Vinissimo d'Agen et du Passage. Photo M-A.H. Le beaujolais nouveau est arrivé et on continue de le fêter !

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Tous produits par des viticulteurs avec qui travaille toute l'année Florian Boulet, de nombreux Beaujolais vous attendent dès aujourd'hui aux caves Vinissimo d'Agen et du Passage. Photo M-A.H. Le beaujolais nouveau est arrivé et on continue de le fêter !

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367880808

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CAVISTES E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **46654**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Novembre 2022 P.57**
Journalistes : **J.-M. P.**
Nombre de mots : **99**

...ET MET EN AVANT UNE SÉLECTION DE HUIT VINS « ENGAGÉS »

« *Une sélection respectueuse de l'environnement et accessible à tous* », c'est ainsi que l'enseigne Nicolas présente une offre de 8 vins à moins de 10 €, tous porteurs d'un label environnemental, bio, HVE, vegan, Vignerons engagés ou encore Terra Vitis. Il s'agit de 6 vins rouges AOC bordeaux (deux), côtes-du-rhône et buzet, ainsi que de 2 IGP collines-rhodaniennes et côtes-catalanes ; une sélection complétée par 2 blancs IGP côtes-catalanes et méditerranée. Cette opération a duré jusqu'au 1er novembre dans les caves Nicolas et sur nicolas.com. ■ *J.-M.P.*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LE JOURNAL DES FEMMES

cuisine.journaldesfemmes.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **8335776**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

17 Novembre 2022
Journalistes : **Florine Amenta**
Nombre de mots : **738**

Visualiser l'article

Beaujolais nouveau 2022 : il est sorti, quel goût a-t-il ?

Video:
https://cuisine.journaldesfemmes.fr/chefs-et-gastronomie/2553748-beaujolais-nouveau-2022-il-est-sorti-quel-gout-a-t-il/

Le Beaujolais Nouveau est arrivé et c'est la fête (avec modération) ! Comment profiter de cet événement ? Découvrez le prix et le goût de cette cuvée 2022.

SOMMAIRE

Goût
Date
Qu'est-ce c'est ?
Pourquoi ce nom ?
Prix
Événements

[Mis à jour le 17 novembre 2022 à 11 h 23] Ce 17 novembre 2022 est jour de fête ! Le Beaujolais Nouveau est arrivé, comme chaque année, ce jeudi. Et c'est un grand jour car il lance la saison des vins. En effet, ce vin dit "primeur" est issu de grappes récoltées durant l'année. Les 12 crus dévoilés ce jour ont chacun des saveurs et parfums différents, reconnaissables par leur distinction avec les autres vins. Unique en son genre, le Beaujolais nouveau ou plutôt "les Beaujolais nouveaux" mettent en avant le savoir-faire des vignerons. Cet événement est l'occasion parfaite de se retrouver autour d'une table lors d'un moment festif, à l'image de l'affiche colorée de l'événement : une illustration mythique. Des regroupements sont organisés partout en France et même à l'étranger. Quelles sont ses origines et son histoire, quel est son goût et surtout, où s'en procurer ? On vous répond !

Quel est le goût du Beaujolais nouveau 2022 ?

La cuvée Beaujolais nouveau 2022 est fruitée, légère et avec une saveur de fruits rouges prononcée. Selon le caviste Nicolas, dont quatre bouteilles sont dévoilées ce jeudi 17 novembre 2022 : les notes de fruits rouges laissent place à "une finale avec de la sucrosité". Cette cuvée accompagne parfaitement un apéritif avec des verrines salées, de l'aïoli ou encore de la terrine de campagne.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

© Nicolas

Quel jour sort le Beaujolais nouveau 2022 ?

L'arrivée du Beaujolais nouveau est prévue le jeudi 17 novembre 2022. Entre 1951 et 1967, la date de sortie du vin primeur a beaucoup évolué. En 1985, elle était fixée au 15 novembre. Mais ce jour précis ne convenait pas aux producteurs car elle imposait parfois de devoir déclarer les bouteilles un samedi ou un dimanche. Ainsi, depuis 1985, le Beaujolais nouveau sort le troisième jeudi du mois de novembre. Cette année n'échappe ainsi pas à la règle.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Qu'est-ce que le Beaujolais nouveau ?

Le Beaujolais nouveau est un vin d'appellation française produit en majorité dans le nord du département du Rhône et les communes de Saône et Loire, dont la commercialisation remonte à 1951. Quelle est l'histoire de ce vin ? Au milieu du XXe siècle, un arrêté autorise les producteurs de vin à sortir leur production d'appellation d'origine contrôlée qu'à partir du 15 décembre. Après une vague de contestations de la part de ces derniers, qui souhaitent vendre plus tôt, l'Union viticole du Beaujolais obtient l'autorisation de la vente des vins issus des vendanges de l'année. Parmi les productions : celui du Beaujolais nouveau et du Beaujolais-villages. C'est ainsi que le Beaujolais nouveau fait son apparition.

Pourquoi l'appelle-t-on "Beaujolais nouveau" ?

Ce vin est qualifié de "nouveau" car il provient des raisins récoltés dans l'année. Il est conditionné avant le premier jour du mois de décembre et vendu fraîchement fermenté, juste après sa sortie de la cuve.

Quel est le prix du Beaujolais nouveau 2022 ?

Comme la plupart des vins, le prix du Beaujolais nouveau varie d'une bouteille à l'autre. Cependant, il s'agit d'un vin accessible puisque qu'il ne se conserve pas très longtemps et ne prend donc pas de valeur en vieillissant. En moyenne, le prix d'une bouteille de Beaujolais nouveau achetée en supermarché ou chez un caviste oscille entre 5 et 10 euros. Comptez par exemple 7,80 euros pour la cuvée Beaujolais Nouveau Nicolas HVE. Mais ce tarif augmente si le vin est consommé à l'extérieur, en restaurant par exemple, on peut compter jusqu'à 35 euros la bouteille.

Où déguster le Beaujolais nouveau ?

Comme le veut la tradition, de nombreuses manifestations accompagnent la sortie du Beaujolais nouveau. Des soirées et célébrations qui durent généralement tout le weekend. Sur le site du Beaujolais nouveau, une carte interactive répertorie tous les évènements autour du Beaujolais nouveau en France et dans le monde. Pour les vinophiles, il existe 12 manières de

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

prolonger ce moment de partage tout au long de l'année avec les sorties suivantes : Beaujolais Villages, Brouilly, Côte de Brouilly, Chénas, Chiroubles, Juliénas, Fleurie, Moulin-à-Vent, Morgon, Régnié et Saint-Amour.

CASTELNICOLAS2 - CISION 367883547

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LE FIGARO MAGAZINE

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **1362000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **Du 18 au 19 novembre 2022 P.183-186**

Journalistes : **Frédéric Durand-Bazin et Valérie Faust**

Nombre de mots : **3077**

Champagnes millésimés

LA GRANDE DÉGUSTATION

La sélection du « Figaro Magazine » des cuvées millésimées classiques, extra-bruts ou zéro dosage.

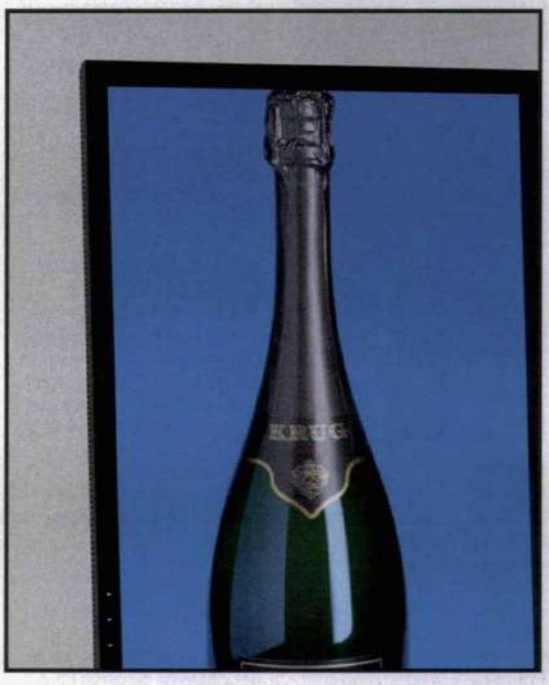
Par Frédéric Durand-Bazin et Valérie Faust

KRUG
2008
Un vin immense, de méditation, à savourer lentement pour en déceler les innombrables facettes. Remarquable, la bouche charnue, de sablé au beurre, s'étire à l'infini, cadencée par une sublime tension saline en finale.
Prix : 315 €, *Millesima.fr*
Note Le Figaro Magazine : 97/100

BOLLINGER
La Grande Année 2014
Noble et majestueux, doué d'une bulle crémeuse, soyeux, ce vin de gastronomie caresse tendrement le palais après un nez citronné, de cerise et muesli, alliant profondeur, droiture, vinosité et minéralité.
Prix : 147 €, cavistes
Note Le Figaro Magazine : 96,5/100

DOM PÉRIGNON
Vintage 2012
L'iode humé au nez continue de se manifester en bouche, grandiose, veloutée, crémeuse. Large, plein, à la fois puissant et délicat, le vin dégage une énergie indomptable, une distinction hors pair.
Prix : 234 €, *Plus-de-bulles.com*
Note Le Figaro Magazine : 96/100

AGRAPART
Minéral 2012 Extra-Brut
La fervente palette aromatique cumule arômes de nougatine, curry jaune, sésame fumé. La bouche tonique, aérienne, minérale – on s'en doute – s'étire avec élégance, longuement, vibrante de notes citronnées, salines.
Prix : 94 €, *Enviedechamp.com*
Note Le Figaro Magazine : 95/100



SUBSTANCE
Brut non millésimé
Un blanc de blancs d'une pureté virginale, au nez d'abricot tendre et légèrement acidulé, qui évolue vers des arômes de noisettes fraîches et de craie, avant de dévoiler en bouche une onctuosité somptueuse, en parfait équilibre sur la tension, aux notes délicatement épicées et une finale où l'on sent poindre cette douce oxydation d'un élevage en solera.
Prix : 360 €, *Lagrandeepicerie.com*
Note Le Figaro Magazine : 95/100

PASCAL DOQUET
Vertus Premier Cru 2009 Extra-Brut
Ce champagne de repas étoilé au nez épicé, de fruits jaunes mûrs, de viennoiserie sortant du four, détient entre autres vertus de l'intensité en bouche généreuse mais tendue, sapide et complexe.
Prix : 71 €, *Grandsbourgognes.com*
Note Le Figaro Magazine : 94,5/100

ROEDERER
Brut Vintage 2015
Enveloppant, le vin tapisse le palais avec richesse et suavité, vif en finale droite, minérale, interminable. Rassérénant, on a envie de se lover dedans comme dans un édredon de plumes.
Prix : 70 €, cavistes
Note Le Figaro Magazine : 94/100

G.H. MUMM
RSRV Blanc de Blancs Grand Vintage 2015
Éblouissant, il manie avec dextérité finesse et sapidité. Ciselé, il ne cesse de s'épanouir en bouche, délectable, ample. On retrouve en finale très fraîche le nez de cédrat, yuzu, bergamote, d'anis.
Prix : 59,90 €, *Rsrv.fr*
Note Le Figaro Magazine : 94/100

LARMANDIER-BERNIER
Terre de Vertus 2015 Premier Cru Brut Nature
L'attaque franche mâtinée d'un soupçon de torréfaction soutenu par de délicats amers se poursuit en bouche par une belle complexité, une finale pure, très droite, persistante, salivante.
Prix : 76,67 €, *Millesima.fr*
Note Le Figaro Magazine : 94/100

DRAPPIER
Millésime Exception 2010 Extra-Brut
Tout d'abord mûre, riche et énergique, la bouche, qui suit un nez très frais (chlorophylle, fruits rouges), allie ensuite vinosité, volume et distinction qui font corps.
Prix : 127,95 € le magnum, *Plus-de-bulles.com*
Note Le Figaro Magazine : 94/100

LE BRUN DE NEUVILLE
Grand Vintage 2008
Caramel, miel, pain grillé, fraîcheur évoluent au nez vibrant de ce joli champagne doré comme un champ de blé. L'agréable petite note d'évolution finale amène complexité et envie d'une volaille truffée à la crème.
Prix : 41 €, *Boutique-champagne.lebrundeneuville.fr*
Note Le Figaro Magazine : 94/100

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

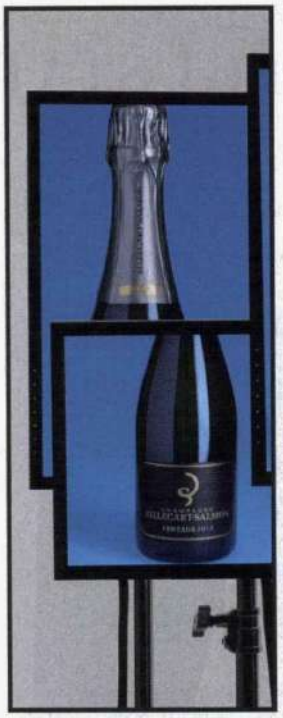
BILLECART-SALMON
Vintage 2013 Extra-Brut
Aux arômes de viennoiseries s'ajoutent ceux du citron, de la fleur de lotus.
La mousse généreuse rend le vin onctueux, la complexité s'installant progressivement en bouche, pimpante, distinguée, salivante, tendue.
Prix : 67,90 €, *Vinatis.com*
Note Le Figaro Magazine : 93,5/100

JOSEPH PERRIER
Cuvée Royale Vintage 2013
Le nez évoque camphre et Carambar. Le vin emplit bien la bouche, charnue et vive, sapide, tourbillonnant avec la légèreté d'une envolée de flocons de neige. Un délice.
Prix : 59 €, cavistes
Note Le Figaro Magazine : 93,5/100

VEUVE CLICQUOT
Vintage 2012
Une petite touche pâtissière façon millefeuille agrémente le nez de fruits rouges.
Structurée, épicée, fruitée, la bouche est caressante.
Un joli vin rond, enjoué et salin.
Prix : 61,67 €, *Millesima.fr*
Note Le Figaro Magazine : 93,5/100

PHILIPPONNAT
1522 Grand Cru 2015 Extra-Brut
Le vin minéral au nez légèrement anisé, très frais, de petits fruits noirs et rouges, démarre avec franchise en bouche, se fait rond, frais puis sapide et minéral en finale vive.
Prix : 81 €, *Enviedechamp.com*
Note Le Figaro Magazine : 93/100

TAITTINGER
Brut Millésimé 2015
Fragrances de musc et noix fraîche, de tuile aux amandes pour ce champagne lumineux de l'œil à la finale. L'attaque est franche, la bouche énergique, moelleuse et vigoureuse.
Prix : 56,50 €, *Plus-de-bulles.com*
Note Le Figaro Magazine : 93/100



DEUTZ
Brut 2015
Magnétisme, souplesse et légèreté caractérisent cette cuvée jaune paille au nez beurré, vanillé, épicé. Elle se révèle avec ardeur en bouche crayeuse, fougueuse, précise et élégante.
Prix : 57 €, *Enviedechamp.com*
Note Le Figaro Magazine : 93/100

RUINART
R de Ruinart 2015
Un champagne charmeur avec son nez fumé, de brioche chaude, de poire juteuse. La bulle est évanescente en bouche onctueuse, ronde et vive à la fois, élégante, soulignée par de beaux amers racés.
Prix : 79 €, *Enviedechamp.com*
Note Le Figaro Magazine : 93/100

PIERRE GIMONNET & FILS
Spécial Club 2015 « Grands Terroirs de Chardonnay » Extra-Brut
Cette superbe cuvée offre à l'œil un cordon dense et tenace qui rend le vin duveteux et soyeux en bouche saline, pure, droite, mûre et vive.
Prix : 57 €, *Vistavin.fr*
Note Le Figaro Magazine : 93/100

GOSSET
Grand Millésimé 2015
Parée d'une robe pâle et limpide, la cuvée délivre au nez des notes légèrement fumées, anisées, de fruits jaunes, pâte d'amande. La tension en bouche savoureuse, juteuse, joue avec les saveurs acidulées.
Prix : 62 €, *Boutique.champagne-gosset.com*
Note Le Figaro Magazine : 93/100

CHARLES HEIDSIECK
Brut Millésimé 2012
Il se caractérise par une belle fraîcheur au nez et en bouche, fleure bon la réglisse, les fruits rouges frais, l'écorce d'orange avant une bouche moelleuse, pleine d'allant, gourmande, un brin saline.
Prix : 99 €, *Shop.charlesheidsieck.com*
Note Le Figaro Magazine : 93/100

A.R. LENOBLE
Grand Cru Blanc de Blancs 2012
Un très joli vin teinté d'or au nez pâtissier, de citron et autres agrumes confits. Élégant et enveloppant, complexe, le vin s'avère onctueux, ciselé, tranchant en finale.
Prix : 55 €, *Millesima.fr*
Note Le Figaro Magazine : 93/100

PIERRE MIGNON
Grand Vintage Année de Madame 2012
La bulle fine et fugace amignonne le palais tandis que de jolis amers soulignent la bouche très gourmande, fruitée et minérale avec sa finale saline.
Prix : 50 €, *Boutiquepierremignon.com*
Note Le Figaro Magazine : 93/100

POMMERY
Brut Millésimé 2009
Le vin doré et crémeux à l'œil champignonne légèrement à l'olfaction aux côtés des fruits rouges et du pain grillé puis vient la fraîcheur à l'aération. On se régale avec cette cuvée de caractère, ample, charnue, ardente.
Prix : 70 €, cavistes
Note Le Figaro Magazine : 93/100

BESSERAT DE BELLEFON
Millésime 2008
Miel, cédrat confit, épices puis légère note d'évolution au nez, juste reflet de la bouche avec cette pointe oxydative très agréable qui donne envie de se mettre à table. Un vin charmeur, salin, tonique.
Prix : 57 €, *Boutique.besserat.com*
Note Le Figaro Magazine : 93/100

MOËT & CHANDON
Grand Vintage 2015
Entre le foin, l'herbe fraîchement tondue et une sensation mentholée, on prend un grand bol d'air pur avec le nez citronné. La bouche rafraîchissante, nette, s'acoquine avec des notes de caramel au beurre salé.
Prix : 65 €, cavistes
Note Le Figaro Magazine : 92,5/100

ABELÉ 1757
Brut Millésimé 2014
Un nez singulier, intense, pour ce champagne qui exhale des arômes de frangipane, de crème anglaise et d'orange sanguine. L'attaque moelleuse et la bouche, dynamique, sont portées par de subtils amers.
Prix : 61 €, cavistes
Note Le Figaro Magazine : 92,5/100

TELMONT
Blanc de Blancs 2013
Il exprime des senteurs pâtissières, citronnées, fraîches, épicées. Très bien fait, ce champagne séduit par son bel équilibre entre rondeur moelleuse et acidité en bouche suave, un brin saline.
Prix : 131 €, cavistes
Note Le Figaro Magazine : 92,5/100

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7800704600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

LAURENT-PERRIER
Brut Millésimé 2012
Très fine, la bulle leste illumine la robe d'or blanc d'où jaillissent de fringants arômes d'écorce d'orange et fumés. Salin, le vin est ample et plein, tonifié par des notes citronnées, de pamplemousse.
Prix : 59,50 €, *Nicolas.com*
Note Le Figaro Magazine : 92,5/100

LECLERC BRIANT
Millésime 2016 Extra-Brut
Éclosent au nez des parfums de miel, noisette, pierre à fusil et levure. La bouche droite, très longue et salivante, étayée par de nobles amers, se tend comme un arc en finale.
Prix : 54 €, *Best-cognac-champagne.com*
Note Le Figaro Magazine : 92/100

POL ROGER
Brut Vintage 2015
Le nez est très citronné, pomelos, fruité, avec des touches de pêche. La bouche est crémeuse, ample, charnue, enrobante, soutenue par de beaux amers.
Prix : 69 €, *Enviedechamp.com*
Note Le Figaro Magazine : 92/100

BARONS DE ROTHSCHILD
Brut Millésimé 2014
Le nez s'ouvre sur de beaux arômes de yuzu, de tilleul, de gingembre, d'épices subtilement fumées. La bouche est captivante, gourmande, fruitée, salivante, minérale.
Prix : 67,50 €, *Champagne-bdr.com*
Note Le Figaro Magazine : 92/100

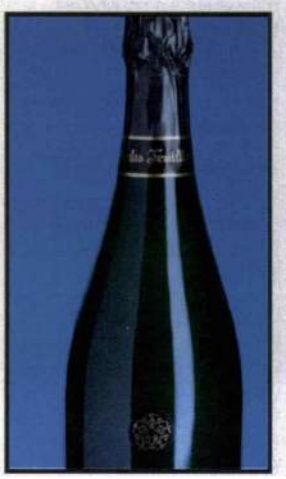
DELAMOTTE
Blanc de Blancs Millésime 2014
Le champagne s'ouvre sur des notes fumées, de pêche et d'abricot. La bouche est pulpeuse, avec de la chaire et une belle matière, ronde et généreuse, salivante et harmonieuse.
Prix : 59 €, *Champagne-delamotte.com*
Note Le Figaro Magazine : 92/100

THIÉNOT
Vintage 2012
Nez délicat d'Antésite, de brioche, de bonbon au miel. La bouche est également miellée, avec des touches de fleur d'acacia, de bâton de réglisse.
Prix : 42,95 €, *Drinksco.fr*
Note Le Figaro Magazine : 92/100

BRUNO PAILLARD
Blanc de Blancs Millésime 2013 Extra-Brut
Nez de fruits jaunes, de pamplemousse, de chèvrefeuille. Ces notes se prolongent en bouche, avec une belle amertume.
Prix : 89 €, *Millesima.fr*
Note Le Figaro Magazine : 91,5/100

LAHERTE
Les Grandes Crayères Blanc de Blancs 2018 Extra-Brut
Le nez offre un bouquet de saveurs : vanille, poire Williams, fruit de la passion, agrumes, peau d'orange. La bouche est droite et charnue, crémeuse, tendue en finale.
Prix : 60 €, cavistes
Note Le Figaro Magazine : 91,5/100

HENRIOT
L'Inattendue 2016
Le nez, d'abord fumé, dévoile lentement des notes de prune jaune, de noisette fraîche, d'agrume, avec des touches de pierre à fusil. Ronde à l'attaque, la bouche dévoile de beaux amers et une touche saline.
Prix : 110 €, *Millesima.fr*
Note Le Figaro Magazine : 91/100



VEUVE FOURNY
Monts de Vertus 2015 Extra-Brut
Le nez offre de belles promesses gourmandes avec ses notes de fruits jaunes, d'agrumes, d'amande fraîche et de craie. La bouche est charnue et moelleuse, soutenue par quelques touches d'amertume bienvenues.
Prix : 62 €, *Vins-des-as.com*
Note Le Figaro Magazine : 91/100

PIPER-HEIDSIECK
Vintage 2014
Le nez évoque une brioche tout juste sortie du four, une mousse aux agrumes agrémentée de noisettes et une touche de réglisse. Le vin est juteux, salin crayeux.
Prix : 48 €, *Divinecellar.com*
Note Le Figaro Magazine : 91/100

NICOLAS FEUILLATTE
Collection Vintage 2012
Le nez est très frais, avec ses notes d'herbes fraîchement coupées sous la rosée du matin, ses touches de miel et de brioche. La bouche est ample, gourmande, juteuse et tonique, en dépit d'une légère dureté en finale.
Prix : 36 €, *Nicolas-feuillatte.com*
Note Le Figaro Magazine : 91/100

LOMBARD
Brut Nature Grand Cru 2008
Le nez un peu évolué trahi l'âge du vin (14 ans !). Ses notes de sous-bois et de pain grillé tiennent l'échange avec les arômes de miel d'acacia. Ce dialogue se poursuit en bouche, une touche de citron venant redonner au champagne un peu de vivacité.
Prix : 80 €, *Enviedechamp.com*
Note Le Figaro Magazine : 91/100

LES MILLÉSIMÉS PEU DOSÉS

POMMERY
Cuvée Louise 2006 Brut Nature
Malgré son âge, le champagne offre un nez d'une très grande fraîcheur, floral et délicat, mêlé de notes de fruits jaunes mûrs et de bonbon au miel. La bouche est particulièrement complexe, avec ses touches de champignon, de craie et de noix fraîche ; un grand vin de gastronomie.
Prix : 159,95 €, *Plus-de-bulles.com*
Note Le Figaro Magazine : 95/100

JACQUESSON
Cuvée 740 Dégorgement Tardif Extra-Brut
À l'ouverture, on se croirait devant l'étal d'un boulanger avec ses arômes de brioche juste sortie du four et de viennoiseries, rehaussés d'une touche florale subtile. Le vin est gourmand, opulent, racé, doté d'un sacré tempérament.
Prix : 95 €, *Laroutedesvins.com*
Note Le Figaro Magazine : 94,5/100

BÉRÊCHE ET FILS
Les Beaux Regards 2018 Blanc de Blancs Extra Brut
Le nez offre une explosion de fragrances : frangipane, fleurs fraîchement coupées, menthol, épices, pêche blanche… Le vin est ciselé, charnu, ample et complexe, avec des nuances crayeuses et salines. Une petite merveille.
Prix : 68,90 €, *Lacavedemontreuil.com*
Note Le Figaro Magazine : 94/100

LECLERC BRIANT
Grand Blanc 2014 Brut Nature
Le nez évoque les caves champenoises, avec ses odeurs de craie et de champignon, soutenues par des notes de fruits jaunes et de miel. Le vin est crémeux, subtilement floral, salin et droit, affûté et complexe.
Prix : 144 € *Enviedechamp.com*
Note Le Figaro Magazine : 93,5/100

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7800704600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

TELMONT
Sans Soufre 2013 Extra-Brut
Le nez est comme une balade en forêt à l'automne, avec ses notes de sous-bois et de miel. La bouche se révèle fruitée et gourmande, exhalant des touches de gelée de coing et de tarte aux abricots.
Prix : 66 €, *Champagne-telmont.com*
Note Le Figaro Magazine : 93,5/100

DEVAUX
Ultra D Extra-Brut
Le nez est à la fois frais et précis, minéral et floral. Le vin est d'une belle droiture, tranchant et iodé comme une vague éclatant sur la côte marine. Un grand vin de gastronomie.
Prix : 48 €, Boutique.champagne-devaux.fr
Note Le Figaro Magazine : 93,5/100

AYALA
Brut Nature
Nous voilà partis en cueillette dans un verger, à récolter des poires, des prunes jaunes et du raisin frais, que l'on agrémente d'un bouquet de fleurs blanches. La bouche est ample et juteuse, elle titille le palais avec ses notes citronnées.
Prix : 38,50 €, *Plus-de-bulles.com*
Note Le Figaro Magazine : 93/100

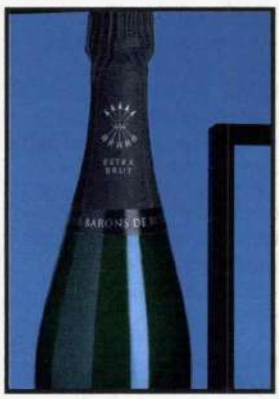
ALEXANDRE BONNET
La Géande 2018 Brut Nature
Le nez est un bouquet de fruits mûrs (fruits jaunes), compotés (rhubarbe) et secs (abricots). Le vin est tonique, tendu, net et franc, et déploie une belle palette aromatique, complexe et saline.
Prix : 81 €, *Champmarket.com*
Note Le Figaro Magazine : 93/100

TARLANT
Zéro Brut Nature
Avec ses notes fraîches et délicates, florales et épicées, ce champagne est envoûtant comme une balade au clair de lune dans un jardin aux senteurs de jasmin. Il est franc, authentique, subtilement salin et citronné.
Prix : 39 €, *Vins-etonnants.com*
Note Le Figaro Magazine : 93/100

ROEDERER
Brut Nature 2015
Cette cuvée imaginée en collaboration avec Philippe Starck offre les odeurs d'un panier de fruits jaunes fraîchement cueillis, avec des touches exotiques. Le vin est crémeux, gourmand avec des touches minérales et salines qui lui apportent du peps.
Prix : 80 €, *Millesima.fr*
Note Le Figaro Magazine : 93/100

PHILIPPONNAT
Royale Réserve Non Dosé
Le nez est à la fois floral et fruité (fruits jaunes mûrs, prune, petites touches de fruits rouges). Le vin est mûr, ciselé comme une dentelle, avec une belle harmonie.
Prix : 42 €, *Shop.philipponnat.com*
Note Le Figaro Magazine : 93/100

LAURENT-PERRIER
Blanc de Blancs Brut Nature
Le nez s'ouvre sur des notes de poire mûre, de craie, d'acacia. La bouche est très équilibrée, savoureuse. Le vin donne envie de se lover dans un profond canapé devant la cheminée.
Prix : 93 €, *Millesima.fr*
Note Le Figaro Magazine : 93/100



ROBERT BARBICHON
Réserve 4 Cépages Extra-Brut
Le vin s'ouvre sur un nez très expressif de pâtes de fruits (coing, poire), d'abricot frais, de fraise. La bouche est juteuse, persistante, mure et épicée, d'une belle gourmandise.
Prix : 35,90 €, *Lesgrappes.com*
Note Le Figaro Magazine : 93/100

ANTOINE BOUVET
Les Monts de la Vallée Blanc 2019 Extra-Brut
Voilà un champagne vineux, au nez camphré, miellé, épicé. La bouche est sur le même registre oriental (poivre blanc, gingembre confit, zeste de citron). Beaucoup de charme. Non disponible à la vente sur internet.
Note Le Figaro Magazine : 93/100

JM SÉLÈQUE
Solessence Extra-Brut
Un champagne original avec ses notes de poire au sirop, de fraise, d'amande amère, de zestes d'agrumes. Le vin est ample et épicé, structuré, avec des pointes de craie humide, la finale est saline à souhait.
Prix : 35 €, *Divinecellar.com*
Note Le Figaro Magazine : 93/100

PIOLLOT PÈRE & FILS
Colas Robin Brut Nature
Le nez, subtilement iodé, évoque un bord de mer à marée basse, avec des touches de fleurs blanches et d'agrumes. La bouche est tranchante, puissante, charmeuse et complexe.
Prix : 38,90 €, *Vinatis.com*
Note Le Figaro Magazine : 92,5/100

AMAURY BEAUFORT
Les Jardins de la Porte de Troyes Brut Nature
Le nez est plutôt opulent avec ses touches de fleurs, de pâte de coing, d'épices, de fruits de la passion. La bouche est intense et crayeuse, citronnée, nette et pure, à la personnalité affirmée.
Prix : 99 €, *Cavedessacres.com*
Note Le Figaro Magazine : 92,5/100

BRUNO PAILLARD
Dosage : Zéro
Le nez offre des arômes de poire Williams, de noisettes grillées, de nougatine. La bouche est ample et persistante, avec, là encore, quelques touches de noisettes, agrémentées de zeste de citron. Le vin, particulièrement aiguisé, s'épanouie sur des notes salines.
Prix : 51,95 €, *Plus-de-bulles.com*
Note Le Figaro Magazine : 92,5/100

BRIMONCOURT
Extra-Brut
Le nez est frais comme la rosée du matin, avec ses touches de fleurs du jardin, de roses blanches et d'agrumes. Le vin a beaucoup d'amplitude, de tonicité soutenue par des notes iodées et citronnées.
Prix : 46,90 €, *Lesgrappes.com*
Note Le Figaro Magazine : 92,5/100

BARONS DE ROTHSCHILD
Extra-Brut
Le nez charmeur, d'abord brioché, s'ouvre sur des touches de pomelos et de citron vert. La bouche est structurée autour de l'amertume d'un pamplemousse rose et une bulle trame minérale.
Prix : 49,83 €, *Millesima.fr*
Note Le Figaro Magazine : 92,5/100

CANARD-DUCHENE
P181 Extra-Brut, bio
Des odeurs de cake au citron et d'embruns venus du large avec, en bouche revigorante, une sensation de fraîcheur appuyée par de subtils amers, des notes de mandarine confite, de tartelette au citron.
Prix : 32,90 €, *Vinatis.com*
Note Le Figaro Magazine : 92/100

Dégustation réalisée par Frédéric Durand-Bazin et Valérie Faust

Les prix sont donnés à titre indicatif

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7800704600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Le Point SUPPLEMENT

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**

Périodicité : **Irrégulière**

Audience : **2053000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Page non disponible

Edition : **17 novembre 2022 P.2-14**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **2123**

« Petite, j'avais déjà envie de raconter des histoires, je trouvais cela un peu magique. Le vin, c'est une autre forme d'histoire que j'ai envie de raconter. »

La précipitation n'est pas dans les habitudes de **Saskia de Rothschild**, qui a pris la tête des Domaines Barons de Rothschild en 2018 et plaide pour de nouvelles pratiques, au rythme de la nature.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le Point SUPPLEMENT

« Petite, j'avais déjà envie de raconter des histoires, je trouvais cela un peu magique. Le vin, c'est une autre forme d'histoire que j'ai envie de raconter. »

Edition : **17 novembre 2022 P.2-14**

Saskia de Rothschild

Diplômée d'HEC Paris, de l'Université de Columbia et d'un BTS agricole en viticulture et œnologie, Saskia de Rothschild a d'abord embrassé une carrière de journaliste, scénariste et romancière. Mais en 2018, rattrapée par sa passion du vin, elle succède à son père, Éric de Rothschild, à la tête des Domaines Barons de Rothschild Lafite. —

© Martin Bruno

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

1. CHÂTEAU GAZIN Pomerol 2018, **95 €**, wineandco.com • **2. CHÂTEAU DE MEURSAULT** Beaune Premier Cru Blanches Fleurs 2020, **57 €**, en vente au château, www.chateau-meursault.com • **3. CHÂTEAU DE MEURSAULT** Pommard Les Petits Noizons 2020, **54 €**, en vente au château, www.chateau-meursault.com • **4. WOLFBERGER** Pinot gris Grand Cru Rangen 2019, cuvée Épopée 1902, en magnum, **49 €**, www.wolfberger.com • **5. CHÂTEAU PAUL MAS** Clos des Mûres 2021, AOC Languedoc, **14,80 €**, www.cote-mas.fr • **6. CHÂTEAU PICHON BARON** Pauillac 2016, Second Grand Cru Classé en 1855, environ **198 €**, www.twil.fr, www.vitis-epicuria.com et lemarchedesvins.com • **7. CHÂTEAU TALBOT** 2019 Grand Cru Classé en 1855 à Saint-Julien, **67,80 €**, millesimes.com • **8. BOUCHARD PÈRE & FILS** Grand Cru Le Corton 2018, **130 €**, www.bouchard-pereetfils.com

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

« Pour moi, la terre fait 80 % du travail et l'homme 20 %. C'est un métier où l'on doit rester humble. »

8. CHOPARD boucle d'oreille collection My Happy Hearts, en or rose éthique et diamant mobile, **995 €** la paire • **9. CHOPARD** boucle d'oreille collection My Happy Hearts, en or rose éthique et cornaline, **980 €** la paire • **10. CHOPARD** boucle d'oreille collection My Happy Hearts, en or rose éthique et nacre blanche, **870 €** la paire • **11. CHOPARD** bague collection My Happy Hearts, en or rose éthique 18 carats et nacre blanche, **1 400 €**. www.chopard.fr

Saskia de Rothschild s'inscrit dans le temps avec une vision sereine de l'avenir. Enfant, déjà, elle s'intéressait aux millésimes et voulait comprendre la différence entre les vins. Dans cette numérologie savante et poétique, la jeune femme trouvait déjà des lignes de force et l'idée que la modernité se construit sans empressement. « *Le temps n'est pas notre ennemi dans le monde du vin : plus une vigne vieillit, plus elle s'ancre et se protège. Cet été encore, elles nous ont prouvé combien elles sont des plantes résilientes. Mais, d'un autre côté, il nous faut innover sur le temps long afin de rester au même niveau. Nous faisons d'ailleurs beaucoup de choses en termes d'innovation dont nous ne parlons ouvertement que lorsque le temps de l'innovation est derrière nous et que les nouvelles bonnes pratiques sont entrées dans nos habitudes* » assure Saskia de Rothschild avec un enthousiasme d'autant plus fort qu'il est paisible, comme affranchi de l'hystérie actuelle. « *L'essentiel, c'est le lien avec les gens qu'on aime. Au final, c'est de parler pendant des heures autour d'une table avec un très bon verre de vin à la main !* » confie la jeune femme qui sait habilement marier son rôle de chef d'entreprise, à Pauillac sur les terres du domaine Lafite, avec sa vie de mère de famille. Au téléphone portable et aux réseaux sociaux, elle préfère la parole. « *Petite, j'avais déjà envie de raconter des histoires, je trouvais cela un peu magique. Puis j'ai voyagé et j'ai suivi cette vocation à travers une carrière d'écriture et de journalisme. Le vin, c'est une autre forme*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

1. BEIT COLLECTIVE verre Blue Quay, design Adam Nathaniel Furman, **58 €** les deux verres et charms Citrus en métal, design Alexandra Hakim, fabrication artisanale au Liban, **45 €** les deux charms, www.beit-collective.com • **2. SEPHORA COLLECTION** palette de fards, **15,99 €**, www.sephora.com • **3. ROCHAS** eau de parfum Byzance Gold, 90 ml, **115 €**, eshop.uneheurepoursoi.com • **4. DIOR** sac Lady Dior, édition limitée Dior Lady Art en collaboration avec Wang Yuyang, en cuir miroir iridescent couleur or, imprimé et brodé de perles, bijouterie en métal finition iridescente, prix sur demande, www.dior.com • **5. SAINT LOUIS** verre à pied Tommy, en cristal, à partir de **360 €**, www.saint-louis.com • **6. LOUIS VUITTON** organizer de poche, en cuir, **600 €**, www.louisvuitton.com • **7. LALIQUE** coupe Champs-Élysées, en cristal bleu, **1 250 €**, www.lalique.com

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1100704600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

d'histoire que j'ai envie de raconter. Nous avons de nombreux vignobles différents. Ils racontent chacun une histoire singulière, dont nous pouvons développer la trajectoire. La protection, le développement et la transmission, c'est essentiel pour moi dans mon activité » précise cette meneuse d'équipe qui favorise la concertation avec ses équipes, car « *un vin est la somme de plusieurs intuitions et réflexions. Nous produisons un objet artistique et agricole et j'ai toujours eu un désir de co-décision* » ajoute-t-elle avec modestie. « *Pour moi, la terre fait 80 % du travail et l'homme 20 %. C'est un métier où l'on doit rester humble* ». Agir sans bousculer, transformer sans précipiter ; telles sont ses méthodes. « *Nous intégrons les préoccupations écologiques à l'entretien de nos vignobles. En revanche, cela n'a pas consisté en une révolution à 360°, c'était déjà dans nos pratiques et notre histoire. Lorsque je suis arrivée, j'ai souhaité amorcer le virage vers le bio. Mais cela n'est pas nécessairement évident, parce que nous exerçons un métier sur un temps très long, avec un savoir-faire historique et aussi parce que nous avons des équipes qui sont là depuis plus de vingt ans et qui ont une expertise précieuse. Au-delà du bio, nous avons voulu apporter plus de biodiversité dans notre vignoble, mais cela doit se faire en tenant compte de la situation de chaque parcelle. Dès 2017, nous avons commencé la conversion au bio de Château L'Évangile à Pomerol, car le domaine par sa qualité et l'âge de ses vignes pouvait représenter un laboratoire pour nous. En 2021, ce virage a été pris par l'ensemble de nos domaines: les châteaux Lafite Rothschild, Duhart-Milon, Rieussec ou L'Évangile, mais aussi Aussières dans le Languedoc, Los Vascos au Chili, Bodegas Caro en Argentine et Long Dai en Chine. Ce n'est pas un exercice facile, car nous sommes beaucoup plus sujets aux risques climatiques. Mais c'est le résultat d'un vrai travail d'équipe et, aujourd'hui, c'est ancré dans nos pratiques* ». À son échelle, elle souhaite aussi contribuer à faire changer les pratiques quotidiennes : « *Un autre travail que l'on entreprend ces derniers temps, c'est de revoir nos flacons. Par exemple pour Rieussec, il est facile d'ôter l'étiquette pour utiliser la bouteille de ce Sauternes comme une carafe d'eau* ». Une démarche qui coule de source pour Saskia de Rothschild : « *Ce tournant écologique s'est imposé comme une nécessité pour moi. Nous en avons le devoir, car nous produisons de grands vins et, à mes yeux, un grand vin doit être irréprochable dans la manière dont il a été produit.* »

8. VAN CLEEF & ARPELS bague Perlée couleurs, 5 rangs, en or jaune et saphirs, **9 950 €** • **9. VAN CLEEF & ARPELS** bague Perlée diamants, 5 rangs, en or jaune et diamants, **11 700 €**, www.vancleefarpels.com

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

1. PRADA sac Prada Triangle, en cuir laminé doré, **2 600 €**, www.prada.com • **2. LIGNE ROSET** Vase Fila, design Daniel Debiasi & Federico Sandri, en verre soufflé bouche, à partir de **138 €**, www.ligne-roset.com • **3. CHANEL** huile pour le corps Coco Mademoiselle Fragments de Nacre, 250 ml, **90 €**, www.chanel.com • **4. BACCARAT** verre à Martini Passion Collection, design Jean-Charles Boisset, **520 €** le coffret de deux, www.baccarat.fr • **5. GOOSSENS X HARUMI KLOSSOWSKA DE ROLA** presse-papier Lion, en laiton massif trempé dans un bain d'or jaune 24 carats, **2 100 €**, goossens-paris.com • **6. CELINE PAR HEDI SLIMANE** sac 16 Mini, en cuir de veau satiné jaune pâle, **2 400 €**, www.celine.com • **7. ROBERTS RADIO** radio numérique Revival Petite, **149 €**, www.robertsradio.com

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

1. BREGUET montre Classique 8068, boîtier en or rose de 30 mm, lunette et attaches serties de 64 diamants, cadran en nacre naturelle, mouvement automatique, disponible avec 3 bracelets interchangeables, **27 500 €**, www.breguet.com • **2. DUBAIL** pendentif collection Papillons, composé de 11 navettes diamants et diamants montés sur or blanc, **11 950 €**, www.dubail.fr • **3. LE LIVRE DE POCHE** nouvelle édition du roman Du côté de chez Swann par Marcel Proust, ainsi que À la Recherche du Temps Perdu, Un amour de Swann et À l'ombre des jeunes filles en fleurs, à partir de **5,40 €** le Livre, en librairie • **4. LANCÔME X RICHARD ORLINSKI** eau de parfum La Vie est Belle, édition limitée, 50 ml, **90,50 €**, en exclusivité chez Sephora, à la boutique Lancôme des Champs-Élysées et sur www.lancome.fr • **5. MOËT ET CHANDON** cuvée Grand Vintage 2015, **60 €**, chez les cavistes et sur www.clos19.com • **6. EUROCAVE** Divine, gamme de caves dédiées à la présentation et au service du champagne, **5 970 €** le petit modèle, www.eurocave.com • **7. SCHWEPPES SÉLECTION** Tonic Hibiscus, touche de citron vert, poivre rose, idéal pour les cocktails, 45 cl, **2,59 €**, en petites et moyennes surfaces • **8. CHAMPAGNE CHÂTEAU DE BLIGNY** Egg, objet unique par Les Créations Théo Fabergé et Champagne Château de Bligny, **5 000 €**, vendu dans une sélection de boutiques Nicolas et sur www.champagnechateaudebligny.com • **9. GALERIES LAFAYETTE ROYAL QUARTZ PARIS** bague Art Déco, en or jaune rehaussée d'une malachite et pavage diamants, création joaillière sur mesure, **3 950 €**, aux Galeries Lafayette • **10. NESPRESSO** bougie parfumée Café Noble, conçue par le nez Olivia Giacobetti et Pierre Hermé, **35 €**, dans les boutiques Nespresso • **11. MIZENSIR** eau de parfum Ambre Magique, 100 ml, **290 €**, www.mizensir.com • **12. PIAGET CHEZ MAIER** montre Piaget Polo Skeleton, boîtier en acier de 42 mm, mouvement automatique calibre Piaget 1200S1, prix sur demande, disponible au 99, Rue du Président Édouard Herriot, 69002 Lyon et sur www.maier.fr

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1100704600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

1. GRAFF pendentif collection Pavé Butterfly, en or jaune et diamants, **8 800 €**, www.graff.com • **2. CHÂTEAU BRANAIRE-DUCRU**, Saint-Julien 2018, www.millesima.fr • **3. VACHERON CONSTANTIN** montre Historiques 222, boîtier en or jaune de 37 mm, mouvement automatique calibre 2455/2, bracelet et fermoir déployant à lame triple, en or jaune, prix sur demande, www.vacheron-constantin.com • **4. DOURTHE** Promesse de Dourthe 2020, **9,90 €**, chez les cavistes • **5. CHAMPAGNE CHARLES HEIDSIECK** Brut Réserve, édition collector, **50 €**, chez les cavistes www.charlesheidsieck.com • **6. DAMMANN FRÈRES** coffret de thés Noël du Monde, 3 boîtes de 40 g, **35 €**, www.dammann.fr

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

7. FRAGONARD coussin carré Charles, **40 €**, www.fragonard.fr • **8. FURSAC** pullover, en laine mérinos, **225 €**, www.fursac.com • **9. CHAMPAGNE KRUG** coffret Expérience de dégustation musicale, Grande cuvée 170e édition et QR code pour écouter des compositions inédites, **230 €**, chez les cavistes • **10. TISSOT** modèle PRX, boîtier en acier de 35 mm, mouvement à quartz, **375 €**, www.tissotwatches.com • **11. CHÂTEAU SMITH HAUT LAFITTE** 2015 dans son coffret mat, **130 €**, à la boutique du Château et sur www.club.smith-haut-lafitte.com

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

1. FRANCK MULLER Cintrée Curvex CX, boîtier en or rose de forme tonneau, cadran guilloché Clou de Paris, mouvement automatique, **24 600 €**, www.franckmuller.com • **2. KUSMI TEA** boîte d'infusion façon vin chaud Glögg, 125 g, **19,90 €**, www.kusmitea.com • **3. MARCO BICEGO** boucles d'oreille, en or jaune, or blanc et diamants blancs, **4 480 €**, www.marcobicego.com • **4. GLEN TURNER** 12 ans Single Malt Scotch Whisky, **21,15 €**, en grandes et moyennes surfaces • **5. PINEAU DES CHARENTES** Domaine Elisabeth réserve privée blanc, issu de l'agriculture biologique, **21,50 €**, www.boutique.pineau.fr • **6. WAWW LA TABLE X ATELIERS DE TYR** carafe à eau Melkart, en verre soufflé, **75 €**, www.waww.fr

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

© Tamar Sarkisian

1. CLUB MED Pragelato Sestriere, le seul Resort Club Med situé sur un domaine skiable italien, accueille les vacanciers dans son hameau de 82 chalets, dont 17 nouveaux, d'inspiration piémontaise. Accès direct aux 400 kilomètres de pistes de la Via Lattea, avec un départ de téléphérique vers la station de Sestrière. Chalet entier réservé pour les activités des enfants, spa Payot et l'Italie dans l'assiette complètent ce panorama. www.clubmed.fr • **2. BEACHCOMBER RESORTS & HOTELS** avec la Montagne du Morne en arrière-plan, le Dinarobin Beachcomber est le symbole de l'élégance tropicale à l'Ile Maurice. Composé uniquement de villas et de suites situées le long d'une plage de sable fin, ce resort 5 étoiles offre une palette exceptionnelle d'activités : 2 sublimes piscines extérieures, 4 restaurants aux influences du monde, un parcours de golf de 18 trous à l'emplacement unique, des cours de kite-surf... Beachcomber Resorts & Hotels, Junior Suite double en BB à partir de **392 € / nuit** www.beachcomber.com • **3. HURTIGRUTEN** à la découverte des étendues sauvages et immaculées de l'Arctique, des hameaux et ports historiques, baignés par la lumière en perpétuel mouvement du soleil d'été norvégien. Voyage Spitzberg Express, 16 jours, de juin à septembre, à partir de **4 449 €**. www.hurtigruten.fr • **4. PONANT** croisière Mahé – Mahé, les Seychelles au gré des alizés, à bord du Ponant. 11 départs du 22 novembre 2022 au 1er mars 2023. 10 jours – 9 nuits, à partir de **9 590 €**. www.ponant.com • **5. CONSTANCE HOTEL** Constance Halaveli Maldives, le luxe d'un séjour sur-mesure au paradis ! Bien-être holistique au spa sur pilotis, plongée et snorkeling au cœur des activités sportives, villas nichées dans la nature avec vues sur le lagon ou villa sur mer pour un expérience unique face à l'océan. 1 double Water Villa à partir de **645 € / nuit** petit déjeuner inclus. Les tarifs varient en fonction de la date de réservation, de la date de voyage et de la formule de repas choisie. Les tarifs excluent la taxe verte et les transferts. www.constancehotels.com

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

HORS-SÉRIE Maxi Cuisine

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Irrégulière**

Audience : **1837000**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Novembre - decembre 2022 P.40-41**

Journalistes : **Miss Tchin Tchin**

Nombre de mots : **639**

DANS MA CAVE

Par Miss Tchin Tchin

Crémants

LES BULLES SONT EN FÊTE

Crémant ou champagne sont des spécificités françaises et produits selon des méthodes traditionnelles. Cependant, il existe bel et bien quelques différences entre les deux.

La mention « méthode traditionnelle » est la mention que l'on voit apparaître sur l'étiquette d'un crémant. Nommée « méthode champenoise » pour un champagne, elle consiste à effectuer une seconde fermentation en bouteille afin d'obtenir la prise de mousse (les bulles). Ce qui n'est pas le cas d'un prosecco italien, par exemple, généralement produit selon la « méthode cuve close » (adjonction de gaz carbonique).

Crémant, une alternative décomplexée à moins de 10 €

Les crémants sont issus des cépages servant à l'élaboration des vins tranquilles de leur région. Le terme « crémant » s'applique à huit appellations de vins effervescents français : d'Alsace, de Bordeaux, de Bourgogne, de Die, du Jura, du Limoux, de la Loire et de la Savoie.

Le terme protégé « crémant » désigne des vins effervescents, blancs ou rosés qui respectent plusieurs conditions, parmi lesquelles la récolte manuelle du raisin, un élevage sur lattes durant minimum neuf mois (vieillissement en cave) et une teneur en sucre inférieure à 50 g/l.

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.
LES PRIX SONT DONNÉS À TITRE INDICATIF ET SONT SUSCEPTIBLES DE CHANGEMENTS

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

AOP crémant du jura

Blanc, brut, Caveau des Byards, 9,80 €.
Élaboré à base de chardonnay et vieilli entre 12 et 18 mois en cave. Ses bulles d'une grande finesse et sa fraîcheur feront pétiller les papilles.

AOP crémant de bourgogne

Perle d'Aurore, rosé, brut, Louis Bouillot, 8,99 €.
Une alliance de pinot noir, chardonnay et gamay qui sublime les terroirs bourguignons et donne naissance à une cuvée généreuse et gourmande.

AOP crémant d'alsace

Constance Muller, brut, Cave de Ribeauvillé, 7,35 €.
Un vin fin, frais et nerveux, à la bouche persistante.

Notre coup de cœur

AOP crémant d'alsace

Cœur de lune, brut, Bestheim, 10 €.
Ce crémant dépasse de loin les contraintes de l'appellation, avec 18 mois de vieillissement en cave.

AOP crémant de die

Blanc, brut, Cave Monge Granon, 7,60 €.
Au cœur de la vallée du Rhône, son vignoble se situe parmi les plus hauts de France. Un crémant frais aux notes acidulées, composé de 83 % de clairette blanche, 15 % d'aligoté et 2 % de muscat à petits grains.

AOP crémant de-loire

Cuvée Ilys, blanc, brut, Mlle Ladubay, 7,90 €.
Le chenin blanc, cépage-phare de la Loire, et le chardonnay nous offrent une belle complexité avec une fraîcheur aux accents de fruits blancs et de brioche.

AOP crémant de savoie

Blanc, brut, Cave des vins Cruet, 8,90 €.
L'effervescent de Savoie a été le huitième et dernier reconnu en appellation crémant en 2015. Issu à 60 % des cépages jacquère et altesse. La minéralité du terroir apporte une fraîcheur unique.

AOP crémant du jura

Jura, rosé, brut, Marcel Cabelier, 7,60 €.
Un 100 % pinot noir aux arômes de fruits rouges acidulés, original et enveloppé, agréable à l'apéritif.

AOP crémant de-bordeaux

Opale, blanc de blancs, brut, Celene, 9,10 €.
Un paradoxe de finesse et de caractère pour cet assemblage à 60 % sémillon, 30 % muscadelle et 10 % sauvignon blanc, qui nous emporte sur des arômes de fleurs blanches et de fruits exotiques.

AOP crémant de loire

Blanc, brut, De Chanceny, 10 €.
Après 12 mois sur lattes en cave, ce crémant associe le floral du chenin blanc, la fraîcheur du chardonnay et le fruité du cabernet franc.

AOP crémant de limoux

Saint-Paul, blanc, brut, Domaine de La Baume, 10 €.
Principalement composé de chardonnay, associé au chenin et pinot noir, ce crémant se différencie de sa grande sœur, la blanquette, par des notes acidulées. Un vin fin et élégant.

AOP crémant de bourgogne

Blanc, brut, Jean de Villeneuve, 5,98 €.
L'alliance des quatre cépages typiques de la Bourgogne (chardonnay et aligoté pour les blancs ; pinot noir et gamay pour les noirs)..

Adresses page 98

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5665704600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Maxi Cuisine

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **1285000**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Novembre - decembre 2022 P.64-65**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **399**

Côté vin

Des vins à prix mini pour des fêtes réussies

La « fin de l'abondance » n'empêche pas la joie de se retrouver en famille ou entre amis. Afin d'accompagner ces moments de convivialité, place à une carte des vins à prix mini s'accordant avec vos mets de fêtes. *Par Miss Tchin Tchin*

AVEC LE FOIE GRAS

La tradition veut que l'on serve un vin moelleux pour accompagner le foie gras. Toutefois, il faut savoir qu'un vin trop sucré altère nos papilles pour la suite du repas.

Pays-d'oc
Blanc moelleux,
Vieux Carion, muscat moelleux, 2,91 €.

Coteaux-du-layon
Blanc moelleux,
Les Tarentelles,
Albert Besombes, 6,35 €.

AVEC LES CRUSTACÉS

Tout ce qui vient de la mer s'accorde à merveille avec des vins blancs, rosés ou effervescents. Seul faux pas : servir un vin rouge, car il ne fait pas bon ménage avec l'iode.

Pacherenc-du-vic-bilh
Blanc, Lou Blanc
2017, Cave de Crouseilles, 8 €.

Crémant-de-bourgogne
Blanc de blancs extra-brut,
Perle d'Ivoire, Louis Bouillot, 9,90 €.

AVEC LES POISSONS

Pour les poissons de type cabillaud, un vin blanc sec sera très à l'aise. Pour les poissons plus gras, il est tout indiqué de s'orienter vers un vin blanc plus rond et beurré.

Cheverny
Blanc sec, Domaine de la Désoucherie 2019, 9,70 €.

Clairette-de-die
Blanc pétillant, Tradition,
Jaillance, 6,50 €.

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 8465704600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

AVEC LES VOLAILLES ET LES VIANDES BLANCHES

Avec leur mélange de finesse et de générosité, les volailles et viandes blanches permettent tous les accords avec des vins blancs, rosés ou rouges.

Côtes-du-rhône
Rouge, Château Gigognan 2020, 9 €.

Terres-du-midi
Rosé, Grain de Gris, Listel, 3,35 €.

AVEC LA VIANDE ROUGE

Pour les viandes rouges, riches, puissantes et savoureuses, le vin rouge est le choix idéal pour former une combinaison magique.

Pécharmant
Rouge, Château La Renaudie 2019, 10 €.

Fronton
Rouge, Les Petites Demoiselles 2020, Château Boujac, 6,40 €.

AVEC LES FROMAGES

Chaque fromage – chèvre, à pâte molle, pressée ou persillée – appelle un certain style de vin. Il faudrait presque partir du vin pour ensuite accorder les fromages…

Pays-d'oc
Rouge, Minimalist, Les Jamelles, 7,40 €.

Coteaux-de-l'aubance
Blanc, Elysis, 7,28 €.

AVEC LA BÛCHE

Dessert sucré, la bûche de Noël s'accorde classiquement avec un vin naturellement doux. Un breuvage trop sucré peut rapidement alourdir le palais, et donc la fin du repas. On opte pour l'option rafraîchissante avec un crémant.

Crémant-d'alsace
Rosé, Ice papillon, Wolfberger, 10,40 €.

Côtes-de-duras
Blanc moelleux, Premier Frimas, 9,90 € (la bouteille de 50 cl).

Crémant-d'alsace
Brut, Calixte, Cave Hunawihr, 9,55 €.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

60 millions de consommateurs

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **1341258**

Sujet du média : **Lifestyle**

Edition : **Decembre 2022 P.12-16**

Journalistes : **MARYSE SARGIS**

Nombre de mots : **2627**

DES BULLES À PRIX CANON

CENTRE D'ESSAIS **30** champagnes et crémants dégustés

Entre crémants et champagnes, nos dégustations s'attachent, une nouvelle fois, à chercher les meilleurs pour la qualité et le prix. Les tarifs vont du simple au quadruple. Voici un panorama des meilleurs effervescents français à prix contenus.

L'actualité inflationniste nous a conduit à sélectionner, pour les fêtes, des effervescents nationaux à petits prix. Les tarifs de nos trente échantillons varient entre 6 et 26 €. En plus de vingt champagnes, dix crémants d'Alsace ont été dégustés. Mais nos professionnels testeurs ne l'ont pas su. Ils ont goûté à l'aveugle des effervescents français, sans autre indication. Dans l'ensemble, les résultats ont été assez satisfaisants avec treize références recommandables sur trente (le seuil du « bon » produit étant fixé à 13/20). Les bouteilles sont

☑ 10 crémants d'Alsace

Muré (Nicolas) • **13,50 €**

16/20

• **Élégant.** Robe or vert. Nez intense, fin, complexe (miel, ananas confit, bergamote). Bouche savoureuse, riche en flaveurs, pétillance fine. L'acidité équilibre l'ensemble.
• **Pour accompagner** un apéritif et un plat (melon jambon cru).

Wolfberger Célébration Unique • **8,25 €**

14/20

• **Vif.** Robe or vert. Nez frais (pomme, poire, zestes d'agrumes). Bouche pleine, gourmande, vive, flaveurs de pomme verte.
• **Pour accompagner** un apéritif (poisson fumé) et un repas.

Wolfberger • **7,49 €**

12/20

• **Sans éclat.** Robe or vert. Nez peu intense (miel, fleurs blanches, agrumes). Bouche simplement sucrée, sans relief, avec une amertume qui pourrait déplaire.
• **Pour accompagner** un repas (feuilleté d'épinards et tarte tatin).

Arthur Metz (Carrefour) • **12,05 €**

12/20

• **Clivant.** Robe jaune pâle. Nez discret, frais avec des notes lactées, réglissées, citronnées. Bouche agréable, ronde et puissante pour les uns ; pâteuse et trop simple pour les autres.
• **Pour accompagner** des huîtres chaudes.

PHOTOS PRODUITS : F. POINCELET/«60» - ISTOCK

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3806014600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

présentes en grande distribution et incluent des marques de distributeurs (MDD).

CRÉMANT D'ALSACE : SIX CÉPAGES AUTORISÉS

› **Après les crémants de Bourgogne en 2020**, nous avons choisi l'Alsace. Cette région fournit le plus de volumes (34,3 millions de bouteilles commercialisées en 2021). Rappelons que le crémant est un mousseux français qui peut être élaboré sous huit AOC : Alsace, Bordeaux, Bourgogne, Die, Jura, Limoux, Loire et Savoie. La production nationale de crémants peut varier entre 75 millions (en 2020) et 115 millions de bouteilles (record en 2018).

› **La spécificité alsacienne tient à la richesse de ses terroirs** et à ses six cépages autorisés : « *Le pinot blanc pour l'acidité ; l'auxerrois, pour la rondeur, le gras ; le pinot gris et le pinot noir, pour la structure ; le riesling, pour la vivacité ; le chardonnay pour la complexité et la fraîcheur* », détaille Olivier Sohler, directeur du syndicat des crémants d'Alsace. En champagne, pinot noir, pinot meunier et chardonnay constituent les trois cépages principaux.

UNE MÊME MÉTHODE TRADITIONNELLE

› **Comme pour les champagnes, l'effervescence des crémants** s'obtient par une méthode dite « traditionnelle », pour éviter d'employer le terme de « champenoise » réservé à l'appellation depuis 1994. Les deux modes d'élaboration sont quasiment identiques : une première fermentation alcoolique en cuve, puis une deuxième en bouteille, obtenue par l'ajout d'une liqueur de tirage, pour permettre la prise de mousse. Le vin vieillit sur lattes, une fois •••

Comment nous avons procédé

NOTRE DÉGUSTATION À L'AVEUGLE

Nos échantillons ont été achetés dans le commerce. Les bouteilles ont été présentées, par catégorie, anonymement. Chaque juré a dégusté sa série 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 :
- **François Buttigieg,** caviste
- **Marion Cazes,** professionnelle de la restauration
- **Luc Dabadie,** courtier juré-expert piqueur
- **Felicity Demont,** consultante en vin
- **Philippe Demari,** professionnel du vin
- **Floréal Dubois,** professionnel du vin
- **Michèle Héline,** formatrice en dégustation
- **Françoise Lacoste,** grande amatrice
- **Patrick Masbatin,** maître-sommelier
- **Michèle Piron,** technicienne en œnologie
- **Bénédicte Plaige,** conseillère technique
- **Nathalie Roze,** experte en gastronomie
- **Aurélie Soulat,** technicienne en œnologie
- **Rémy J. Vasseur,** consultant en vin
- **Jacques Vivet,** formateur à la dégustation

L'Âme du terroir (Cora) • **5,99 €**

12,5/20

- **Puissant.** Robe or vert. Nez intense et mûr (pâte de coing, figue, pomme reinette, agrumes). Bouche un peu lourde, riche en sucre, où l'on retrouve une matière mûre, de la longueur.
- **Pour accompagner** un plat (crevettes sautées à l'ail).

Cattin Sauvage • **9,99 €**

12,5/20

- **Costaud.** Robe or vert. Nez intense et gourmand (rhubarbe, menthol, citron, fleurs blanches). Bouche dominée par le sucre dès l'attaque, amplitude mais courte expression.
- **Pour accompagner** un dessert (tarte aux mirabelles).

Rullmann (Monoprix) • **8,99 €**

12/20

- **Pâteux.** Robe or jaune. Nez intense et simple (poire mûre, citrons confits). Attaque ronde, bouche citronnée, finale sur l'amertume, faible longueur.
- **Pour accompagner** un apéritif ou un dessert (tarte aux poires).

Jean Ritzenthaler (Monoprix) • **7,99 €**

11,5/20

- **Gazeux.** Robe or vert. Nez intense (bonbon anglais, agrumes, vanille). Bouche assez équilibrée, mais qui s'éteint très vite, donc sans grand intérêt.
- **Pour accompagner** un gravelax de saumon.

Rebmann (Marque Repère E.Leclerc) • **5,88 €**

11,5/20

- **Ploum ploum.** Robe or gris, reflets dorés. Nez expressif, frais et fruité (pomme, poire), notes citron vert, amande, aneth. Bouche ronde, pleine d'entrain mais un manque de finesse et de relief.
- **Pour accompagner** un apéro quand on est nombreux.

Pierre Chanau (Auchan) • **5,99 €**

11/20

- **Ferme.** Robe jaune paille. Nez expressif (compote de pêche, mirabelle, beurre, menthol). Bouche à l'acidité ferme, avec une note métallique qui voile une matière riche, sucrée et courte.
- **Pour accompagner** un plat (gambas aux agrumes).

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3806014600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

☑ 20 champagnes bruts

Alfred Rothschild • 25,70 €

16,5/20

- **Complexe.** Robe or jaune. Nez intense, arômes pâtissiers (fruits mûrs, beurre, épices), note végétale (foin). Bouche équilibrée entre rondeur et vivacité, finesse, élégance, longueur et finale minérale.
- **Pour accompagner** un apéritif (poisson fumé).

Heidsieck Monopole • 23,90 €

16/20

- **Festif.** Robe or jaune. Nez intense et aromatique (miel, tilleul, citron, champignon frais). Bouche élégante, suave, fruitée et florale avec des notes fumées, de la longueur et une touche minérale.
- **Pour accompagner** un apéritif (poisson fumé).

Vranken Demoiselle • 26,05 €

15,5/20

- **Juteux.** Robe or vert. Nez intense, arômes de fruits (pêche, prune) et de citron. Bouche vineuse, onctueuse, avec une sucrosité et une acidité conjuguées, des fruits et de la longueur.
- **Pour accompagner** un apéritif et un repas de poisson.

Veuve Émille Grande Réserve (Auchan) • 17,99 €

14/20

- **Tempérament.** Robe or vert. Nez puissant (fleurs blanches, miel, agrumes, noisette, pomme cuite). Bouche équilibrée entre acidité et amertume, pointe minérale, touche sapide, longueur moyenne.
- **Pour accompagner** un apéritif dinatoire (quiche salade).

Chanoine frères • 19,72 €

14/20

- **Délicat.** Robe or gris. Nez intense et frais (fruits blancs, agrumes), notes florales (rose). Bouche homogène, toute en finesse et en équilibre, touche de gingembre, bonne longueur.
- **Pour accompagner** un apéritif (crustacés).

Nicolas • 18,50 €

14/20

- **Aimable.** Robe or vert. Nez fin (fleurs blanches, zestes de citron), notes d'amande fraîche et de mangue séchée. Bouche suave, un dosage présent jusqu'en finale, très consensuel.
- **Pour accompagner** un repas (crustacés, fromage de chèvre).

De Castellane • 21,90 €

13,5/20

- **Agréable.** Robe or vert. Nez simple (citronnelle, pomme verte, fruits secs). Bouche pleine, franche, saveurs équilibrées, longueur. Il laisse la bouche disponible.
- **Pour accompagner** un apéritif et une entrée (poisson fumé, avocat-pamplemousse).

Comte de Lavigny (Casino) • 19,99 €

12,5/20

- **Désaltérant.** Robe or vert pâle. Nez discret, fin (raisins frais, fleurs blanches), note citronnée. Bouche franche, dynamique, tirée par l'acidité et le dosage, finale saline qui s'efface vite.
- **Pour accompagner** un apéritif ou un repas (morue)

Veuve Durand (Aldi) • 12,99 €

12,5/20

- **Aromatique.** Robe jaune prononcée. Nez flatteur (fruits mûrs, pêche, melon), note boisée. Bouche crémeuse, ronde, du gras, du fruit, de la longueur, finale saline salivante.
- **Pour accompagner** un repas (bar fumé ou blanquette de veau).

Charles de Courance (Carrefour) • 15,99 €

11,5/20

- Simple. Robe or gris rosé. Nez discret (aubépine, pomme, prune, pomelo), pointe fraise. Bouche légère, très fruitée, homogène avec le nez ; simple dans son expression et sa longueur.
- **Pour accompagner** un apéritif (poisson fumé).

Charles d'Harleville (Cora) • 14,99 €

11/20

- **Vibrionnant.** Robe or vert, reflets gris. Nez peu net, masqué par le CO_2, note de fruits blancs et de pralin. Bouche vive, nerveuse, pétillante, dosage élevé, trame fruitée, longueur moyenne.
- **Pour accompagner** un repas (feuilletés, volailles).

Canard Duchêne • 21,50 €

11/20

- **Vif.** Robe or gris pâle. Nez peu intense (citron, aubépine, amande fraîche, rhubarbe). Bouche homogène, fraîche, et saline jusqu'en finale. Sans complexité.
- **Pour accompagner** un apéritif (poisson fumé).

PHOTOS PRODUITS : F. PONNELET/60 millions - ISTOCK

L'obligation d'indépendance de l'INC impose d'acheter les produits dans la distribution dans les mêmes conditions que les consommateurs et de ne pas nous faire livrer directement par moment de nos dégustations, puisque nos achats s'effectuent quelques mois auparavant.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Tsarine • **26,65 €**

15/20

- **Gourmand.** Robe or vert. Nez intense et aromatique (levures, citron, pomme verte, fruits secs, mangue séchée). Bouche toute en douceur et en équilibre avec de l'allonge.
- **Pour accompagner** un apéritif et un repas (poularde).

Nicolas Feuillatte • **21,15 €**

14,5/20

- **Onctueux.** Robe jaune paille. Nez intense et complexe (mirabelle, nougat, citron, estragon), note fumée. Bouche ronde (matière mûre et dosage bien intégré), harmonie, longueur.
- **Pour accompagner** un apéritif (saumon fumé) et un repas (choucroute de poisson).

G.H. Martel Victoire • **23,90 €**

14/20

- **Affirmé.** Robe or vert. Nez intense, pâtissier (beurre, épices douces, anis, citron), notes boisées et oxydatives. Bouche pleine, sucrée ; acidité et astringence tannique structurent la longueur.
- **Pour accompagner** un repas (lotte à l'armoricaine).

Gobillard • **22,90 €**

14/20

- **Rafraichissant.** Robe or vert. Nez frais (pomme verte, zestes d'agrumes, pain d'épices). Bouche droite, digeste, construite sur la minéralité et l'acidité, sans fioriture aromatique, longueur.
- **Pour accompagner** un apéritif ou une entrée (poisson fumé).

Louis Danremont (U) • **14,32 €**

12,5/20

- **Généreux.** Robe or jaune. Nez généreux (poire mûre, tilleul, brioche). Bouche gourmande, onctueuse, généreuse en sucre, finale pâtissière.
- **Pour accompagner** un apéritif ou repas (poisson fumé et dessert).

Montaudon • **24,93 €**

12/20

- **Léger.** Robe dorée, reflets gris. Nez discret (fleurs blanches, fruits blancs mûrs, levures). Bouche fraîche, l'acidité domine légèrement. Simplicité aromatique, longueur moyenne.
- **Pour accompagner** un apéritif (poisson fumé).

Delagne (Intermarché) • **15,86 €**

11/20

- **Modeste.** Robe or vert. Nez peu intense (fruits secs, agrumes), note citronnelle. Bouche fraîche, fines bulles, peu dosée, mais rectiligne et sans autre atout majeur.
- **Pour accompagner** un apéritif avec des fruits de mer.

Pol Carson (Marque Repère E.Leclerc) • **14,99 €**

10,5/20

- **Court.** Robe or gris. Nez moyennement intense (miel, fleurs blanches, citron). Bouche sucrée à l'attaque, sans présence aromatique, courte.
- **Pour accompagner** un apéritif improvisé.

les producteurs ; par conséquent, l'approvisionnement spécifique à Noël ne nous est pas entièrement accessible au

••• mis en bouteille au minimum douze mois avant sa commercialisation (quinze mois pour le champagne).

› **Au final, les bouteilles sont dégorgées** pour éliminer le dépôt de levures mortes avant la pose du bouchon et du muselet. Pour tous les effervescents bruts, la dose maximale de sucre est identique : 12 g par litre.

GAGE DU SUCCÈS POUR LE CRÉMANT : SON PRIX

› **L'imaginaire sépare les crémants et les champagnes.** « *Les Champenois ont réussi à persuader le monde entier qu'il fallait des bulles pour faire la fête et ont su faire entrer leurs bouteilles dans l'univers du luxe, tandis que les crémants restent issus de domaines familiaux avec un côté agricole encore présent* », compare Véronique Muré, co-gérante du domaine éponyme de vingt-huit hectares à Rouffach. C'est en 1975 que la Champagne a cédé le terme « crémant » jusque-là réservé à certaines cuvées de champagne aux effervescents français sous AOC.

› **L'Alsace s'est dotée d'une AOC crémant, en 1976,** après la Loire et la Bourgogne. « *L'histoire du crémant d'Alsace a vraiment démarré en 1982, en raison de vendanges abondantes. Aujourd'hui, le choix est devenu important avec 530 élaborateurs sur ce marché qui produisent deux mille cuvées différentes, des basiques comme des grands crus. Champagne et crémant sont deux produits distincts avec une spécificité pour le crémant : le rapport qualité-prix, gage de son succès* », considère Olivier Sohler.

DÉGUSTATION : LE JURY PRÉFÈRE LE CHAMPAGNE

› **Globalement, la dégustation montre une nette différence** d'appréciation entre les deux catégories d'effervescents de notre – petit – échantillonnage. Plus de la moi-

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3806014600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

tié des champagnes ressortent favorablement. Quand seulement un cinquième des crémants passent la rampe.

› **Pour les crémants recalés, les commentaires** relèvent un manque de complexité, d'arômes, de longueur, parfois aussi, un côté lourd. Les marques de distributeurs se sont avérées décevantes. Deux cuvées font figure d'exception. Le crémant Prestige du domaine Muré (commercialisé par la chaîne de cavistes Nicolas) est aussi le plus cher du lot. Il est réalisé à partir de raisins achetés à des vignerons et passera en bio l'an prochain. Le crémant Célébration unique de Wolfberger est élaboré à Eguisheim par l'une des plus anciennes caves coopératives d'Alsace (120 ans) engagée dans l'effervescence depuis le commencement.

AU MOINS 20 € POUR LE MEILLEUR CHAMPAGNE

› **Les marques de distributeurs à prix plancher** du côté des champagnes se révèlent aussi très moyennes. Exception faite de la cuvée Grande Réserve Veuve Émille d'Auchan qui, au tarif de 18 €, obtient 14/20. En général, les meilleures bouteilles de notre sélection coûtent plus de 20 €.

› **Saluons la régularité de Nicolas Feuillatte qui, pour 21 €,** récolte un 14,5/20. Régulièrement dégustée par le jury de «60», en raison de sa large distribution, cette marque continue de faire figure de bon repère qualitatif pour les consommateurs.

› **Depuis un an, les demandes** de champagne explosent à l'export (+15 % des ventes en 2021). Le marché français ne représente plus que 43,9 % des volumes. Les maisons champenoises ont tendance à bouder les distributeurs français dont les conditions contractuelles leur paraissent draconiennes. De manière inédite, la grande distribution s'est vue appliquée des contingentements par une large partie de ses fournisseurs champenois. Les professionnels préviennent déjà que certaines cuvées de marques de renom vont manquer dans les rayons.

Les maisons champenoises boudent les distributeurs français…

LES CONSÉQUENCES D'UNE DEMANDE FORTE

› **Malgré les petites récoltes de 2020 et 2021,** la Champagne ne manque pas de stocks. S'il s'est vendu 325 millions de cols en 2021, au 31 juillet de cette même année, le Centre interprofessionnel du vin de Champagne dénombre 1,433 milliards de bouteilles en cave. Mais les demandes vont très vite, alors qu'il faut du temps pour remonter les bouteilles des caves, dégorger, étiqueter, expédier. Surtout dans un contexte où le prix de l'énergie et le manque de verre grippe les rouages du système.

› **Dans cette conjoncture, les prix indiqués sur la base de nos achats** réalisés en mai risquent d'avoir augmenté au moment de la sortie du numéro. Si votre marque de champagne vient à manquer, les crémants seront toujours un secours. Olivier Sohler, l'a confirmé : « *Nous n'avons pas d'inquiétude pour les stocks de crémants d'Alsace en décembre. En revanche, pour l'année prochaine, ce sera autre chose…* » À chaque millésime son lot de surprises.

MARYSE SARGIS
Ingénieur : XAVIER LEFEBVRE

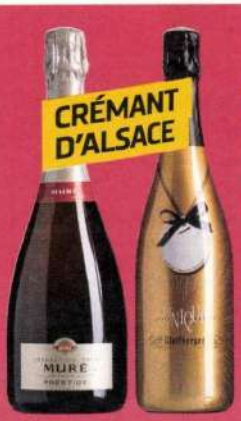
Le choix de 60

CHAMPAGNE BRUT

16/20
Heidsieck Monopole
23,90 €
Accord idéal avec le saumon fumé.

14/20
Veuve Émille Grande Réserve
17,99 €
Aromatique et équilibré.

CRÉMANT D'ALSACE



16/20
Muré (Nicolas)
13,50 €
Fin, élégant. Une valeur sûre.

14/20
Wolfberger Célébration
8,25 €
Vif et gourmand.

À retenir

- Les marques de distributeurs de champagne et de crémant d'Alsace offrent des résultats très moyens, sauf quelques exceptions.
- En grande distribution, le choix d'un champagne s'avère moins risqué que celui d'un crémant d'Alsace, à de rares exceptions près.
- Les crémants d'Alsace vendus en grande distribution s'avèrent moyens avec un manque de complexité et de longueur quasi générale.

PHOTOS PRODUITS : F. POINCELET/60 M - ISTOCK

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3806014600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

www.60millions-mag.com

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **1019873**
Sujet du média : **Lifestyle**

24 Novembre 2022
Journalistes : **Maryse Sargis**
Nombre de mots : **611**

Visualiser l'article

Champagnes au banc d'essai, les petits prix séduisent

Nos jurés ont goûté et évalué 20 champagnes premier prix : les notes vont jusqu'à 16,5/20. Pour des fêtes qui pétillent sans se serrer la ceinture.

iStock/bluefern

Les fêtes approchent à vitesse grand V. Cette année, la flambée des prix dans les rayons (+ 12 % sur un an en octobre) nous a conduits à sélectionner des champagnes à petits prix. Toutes ces bouteilles sont présentes en grande distribution et incluent des marques de distributeur (MDD).

Les tarifs des vingt bouteilles que nous avons sélectionnées varient entre 14,99 € et 26 €. De quoi égayer les tablées quel que soit votre budget. Parmi elles, des marques de distributeurs (U, Intermarché, E. Leclerc, Carrefour, Aldi...), du caviste **Nicolas**, ainsi que de marques de référence (Alfred Rothschild, Heidsieck, Vranken...).

Cavistes, sommeliers, oenologues, formateurs... Nos testeurs professionnels ont goûté tous ces champagnes à l'aveugle. Verdict ? Les résultats sont assez satisfaisants, avec 11 champagnes qui se démarquent sur les 20 dégustés. Le seuil du « bon » produit étant franchi dès qu'une bouteille décroche une note supérieure à 13/20. La note attribuée à la meilleure bouteille de notre sélection ? 16,5/20 !

Les meilleurs produits de fête aux meilleurs prix

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Notre centre d'essais comparatifs s'est mis à table pour dénicher les produits festifs qui ravissent les papilles sans alourdir la facture :

- 20 champagnes bruts,
- 10 crémants d'Alsace,
- 20 saumons fumés,
- 10 truites fumées.

Résultat ? Il est possible de trouver de très bons champagnes à moins de 25 € ou un crémant vif et équilibré pour à peine 8 €. Quant aux poissons fumés, la différence entre saumon et truite est parfois subtile ! Et, surprise, le choix de *60 Millions* se porte sur deux produits de marques de distributeur dont l'un atteint la note de 18/20 !

Retrouvez les résultats détaillés de nos essais dans le numéro de décembre 2022 de *60 Millions de consommateurs* . À découvrir aussi dans ce magazine : les bons conseils pour repérer les produits stars (foie gras, volailles de fête, caviar, truffe, escargots, coquilles Saint-Jacques...) et vous prémunir contre les pratiques douteuses.

À peine plus de 20 € pour les meilleures bouteilles

Première constatation de nos testeurs : les champagnes sous marques de distributeur à prix plancher se révèlent très moyens. Exception faite d'une cuvée de la MDD d'Auchan qui, au tarif de 18 €, décroche tout de même un 14/20.

En général, les meilleures bouteilles de notre sélection coûtent à peine plus de 20 €. À saluer : la régularité de Nicolas Feuillatte qui se classe cinquième derrière quatre grandes marques, dont des bouteilles d'Alfred Rothschild, de Heidsieck ou de Vranken. Régulièrement dégustée par le jury de *60 Millions* en raison de sa large distribution, cette marque continue de faire figure de bon repère qualitatif pour les consommateurs.

Une très forte demande, cause de ruptures

Depuis un an, les demandes de champagne explosent à l'export (+ 15 % des ventes en 2021). Le marché français ne représente plus que 43,9 % des volumes. Les maisons champenoises ont tendance à bouder les distributeurs français dont les conditions contractuelles leur paraissent draconiennes. De manière inédite, la grande distribution s'est vu appliquer des contingentements par une large partie de ses fournisseurs champenois. Les professionnels préviennent déjà que certaines

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

cuvées de marques de renom vont manquer dans les rayons.

Malgré les petites récoltes de 2020 et 2021, la Champagne ne manque pas de stocks. S'il s'est vendu 325 millions de cols en 2021, au 31 juillet de cette même année, le Comité interprofessionnel du vin de Champagne dénombrait 1,433 milliard de bouteilles en cave. Mais les demandes vont très vite, alors qu'il faut du temps pour remonter les bouteilles des caves, dégorger, étiqueter, expédier. Surtout dans un contexte où le prix de l'énergie et le manque de verre grippent les rouages du système...

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367914697
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

DÉCISION boissons
L'hebdomadaire des décideurs du monde des liquides

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Agroalimentaire-Agriculture
Economie-Services

Edition : **25 novembre 2022**
P.4-5,5
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **484**

PRODUIT

Des alcools distillés par Emmanuel Renaut

Emmanuel Renaut, le chef triplement étoilé de Flocons de Sel à Megève (74), a développé sa propre gamme d'alcools, pensée à partir d'herbes de montagne et fabriquée dans sa

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

propre distillerie. Formé auprès de la distillerie de Paris, de la distillerie du Mont Blanc, ou encore de la distillerie du Salève, le chef a mis au point ses propres techniques de distillation et a imaginé ce processus *« comme il travaillerait ou élaborerait un plat »*, indique un communiqué. Les alcools sont fabriqués à base de sapin, berce, bourgeon de cassis, genièvre, zeste de gentiane ou encore valériane. Un peu plus de 300 bouteilles distillées, embouteillées et étiquetées par ses soins, sont disponibles à la cave du chef dans le village de Megève ainsi qu'aux Flocons de Sel. Gin : 70 €. Sapinette : 50 €. Génépi : 50 €.

Un seau à glace à base de bouchons recyclés

Le spécialiste du bouchon en liège Vinventions s'est associé à Retorno, une entreprise belge spécialisée dans la valorisation des matériaux recyclables, pour proposer Vinny, un seau à glace fabriqué à partir de ses propres bouchons, collectés sur le marché. En 2021, Vinventions a collecté 84 tonnes de ses bouchons pour vins tranquilles à travers différents partenariats avec des associations caritatives comme France Cancer ainsi qu'avec le caviste Nicolas, selon Romain Thomas, responsable produit Nomacorc chez Vinventions. *« La vente des seaux Vinny contribuera à financer encore davantage tous les efforts de collecte que nous déployons sur le marché »*, estime Stéphane Vidal, directeur général Europe de Vinventions. Le seau Vinny est disponible dans le catalogue Italesse avec différentes options et possibilités de personnalisation.

Des packs pour réaliser sa propre bière de Noël

Boboco, le site de vente en ligne de pots, bocaux et bouteilles en verre fabriqués en France propose de réaliser sa propre bière de Noël grâce à *« Mon Kit à Bière »*. Le site présente plusieurs packs avec des bouteilles aux formes et aux contenances différentes : 33 cl, 75 cl, etc. Une fois la bière de Noël brassée, les différents packs permettent de les conditionner dans des bouteilles. Le kit complet de brassage artisanal bière de Noël (5 l) est proposé à 64,90 € et le kit intermédiaire de brassage artisanal bière de Noël (5 l) à 44,90 €.

Une liqueur de tiramisu distribuée par Le Cercle

Le Cercle, distributeur d'eaux-de-vie, a entré une nouvelle référence, Stambecco liqueur de tiramisu (24 % vol.), inspirée du célèbre dessert italien. *« La liqueur traduit les goûts du tiramisu en liqueur, avec un processus similaire à Cherry Amaro »*, autre référence distribuée par Le Cercle. La marque Stambecco est distillée à la Torino Distillati et propose des produits du terroir montagnard du Piémont, dans le nord-ouest de l'Italie. Prix de vente conseillé : 26,70 € TTC pour 70 cl.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MAGASINS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

Le Télégramme BREST

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **568000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **03 novembre 2022**

P.28

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **127**

Une nouvelle équipe à la cave Nicolas

Rémi Sabot et Karine Guénot viennent de reprendre la cave Nicolas, rue de la Patrie.

Karine Guénot et Rémi Sabot, tous les deux sommeliers diplômés, viennent de reprendre la cave Nicolas au 1, rue de la Patrie. La marque, qui compte 500 boutiques en France, a été créée en 1822 et célèbre aujourd'hui ses deux siècles d'existence. Présente à Lorient depuis 2009, elle propose ici plus de 600 produits référencés : des vins de tous les pays, des champagnes, bières, produits locaux (chouchen, pastis breton...). « Une large sélection de vins blancs et rosés est disponible au frais pour les occasions de dernière minute », souligne Rémi Sabot.

Pratique

Ouvert tous les jours, sauf le dimanche, de 10 h à 19 h 30. Tél : 02 97 21 96 76.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CLAMART INFOS

Famille du média : **Médias institutionnels**
Périodicité : **Mensuelle**
Audience : **72592**
Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **Novembre 2022 P.33**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **195**

NOUVEAUX COMMERCES

**Source : Étude commerce réalisée par le cabinet AID en 2021.*

BAR / RESTAURANT

LA GUINGUETTE DE CLAMART

7, rue Françoise Barré-Sinoussi

Comme un air de vacances. Située en face du lac Panorama, la Guinguette vous accueille, à l'intérieur comme à l'extérieur, avec le sourire. Carte 100% faite maison avec large choix de plats & desserts sans gluten. Côté boissons : café grand cru, bières artisanales. Brunch le week-end.

Ouvert le samedi, de 9h à minuit. Le dimanche, de 9h à 18h. contact@guinguette-clamart.com / guinguette-clamart.com

CENTRE D'ÉPILATION DÉFINITIVE

KA DÉPIL

14, rue Chef de ville

Le premier centre dédié à l'épilation définitive à Clamart pour femmes et hommes. Agréé Ariane expert, technologie française n°1. Équipe d'experts formée par des médecins. Fiabilité et sécurité garantis. Résultats en 6-7 séances.

Prendre rendez-vous pour le bilan obligatoire gratuit avant de commencer les séances. Tél. : 06 17 05 68 13 / planity.com

VINS & SPIRITUEUX

NICOLAS

29, avenue Jean Jaurès

Nouveaux gérants, Thierry et Richard (demi-finaliste « Cavistes de France » en 2020). Sélection de vins et de champagnes. Espace cadeaux. Conseils accords mets/vins.

Ouvert du mardi au vendredi, de 10h à 19h45. Le samedi, de 9h30 à 19h45. Le dimanche, de 10h à 12h30. Tél. : 01 46 42 01 41 cave.clamart@nicolas.com nicolas.com

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LA MONTAGNE

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **514000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **05 novembre 2022 P.6**

Journalistes : **Denis Lorut/ Pierre Geraudie**

Nombre de mots : **935**

Vichy → Vivre sa ville

CONSOMMATION ■ Des restaurateurs et commerçants surpris après la polémique concernant l'eau de Châteldon

Des révélations qui sèment l'amertume

Après avoir pris connaissance de l'article de *La Montagne* paru hier, sur les eaux gazeuses du bassin de Vichy, les professionnels du secteur sont circonspects.

Denis Lorut
Pierre Geraudie

Les eaux gazeuses du bassin de Vichy au cœur d'une enquête de la répression des fraudes de Lyon : le sujet a nourri bien des conversations dans les restaurants et commerces de bouche du cœur de Vichy, hier matin.

Au cœur de cette polémique, la Saint-Yorre, la Vichy Célestins, et sûrement la plus symbolique, la Châteldon, qui ne serait plus « naturellement gazeuse », contrairement à ce qui a été longtemps indiqué.

Beaucoup, en ayant eu vent de ces révélations (*lire notre édition d'hier*), ont dit tomber des nues, à commencer par ceux qui la servent tous les midis en présentant un produit noble et raffiné. « C'est sûr qu'on vend énormément de Châteldon, confie Laurence Mechin, gérante du bar-restaurant Le Vichy. C'est une boisson phare, et les touristes en sont très demandeurs. Mais moi, je n'étais au courant de rien. »

> « On parle d'une eau locale, et prestigieuse, vendue plus cher que les autres »

De rien, et donc pas de cette évolution récente qui a vu l'eau passer en toute discrétion de « naturellement gazeuse » à « finement pétillante », « avec adjonction de gaz carbonique ». « Franchement, on n'a jamais été informés de ça, c'est donc dérangeant de le découvrir comme ça, un matin. Moi cette eau je l'adore, et puis c'est du local. Je la vends toujours en rappelant la légende du roi Louis XIV qui lui est associée. Mais là, maintenant, comment vais-je devoir la vendre ? », se questionne la patronne de l'établissement de la rue Burnol.

Même surprise un peu plus loin, du côté de la prestigieuse Table d'Antoine, où la Châteldon est évidemment très prisée. « Ici

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3980004600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

CAVE NICOLAS. Si Denis Commergnat a retiré toutes les bouteilles de Châteldon de sa vitrine, c'est pour préparer celle dédiée à noël.

TÊTE DE GONDOLE. Même chez les spécialistes du vin, comme ici aux Caves de Marie, la Châteldon a une place de choix. Va-t-elle la conserver après les révélations sur le changement de composition de cette fameuse eau ? PHOTO DENIS LORUT

on travaille des produits nobles, et cette eau en fait partie. C'est sûr que s'il y a eu un changement, il aurait été bien qu'on en soit informés », note Antoine Souillat, le gérant des lieux. Un défaut d'informations aussi regretté du côté de l'Empire café, dans le parc des Sources : « C'est décevant, oui. On parle d'une eau locale, et prestigieuse, vendue plus cher que les autres. Mais bon, je vais quand même finir mes stocks », préfère en sourire la co-gérante Philippine Deglon, qui confesse « ne pas avoir vu le changement sur les étiquettes », effectué selon toute vraisemblance au printemps 2021, quelques mois après des perquisitions menées par les services des fraudes dans les usines de Châteldon et de Saint-Yorre, appartenant toutes deux à la Société commerciale des Eaux minérales du Bassin de Vichy (SCBV).

Lucie Basset, aux Caudalies, avait, elle, « vu la mention "adjonction de gaz carbonique" sur l'étiquette de la bouteille ». Et la patronne des lieux ne semble pas douter du fait que l'eau continuera à être vendue, elle qui en écoule déjà près d'une cinquantaine de bouteilles par semaine, à 7,5 € pièce.

> **« Ça ne dénature pas tellement l'eau, mais surtout la marque »**

Du côté, des commerçants et négociants, la surprise était aussi de rigueur. Jean-Jacques Vieilly, gérant du Promocash de Cusset, n'était pas au courant du changement d'étiquette de la fameuse eau. « Nous ne l'avons remarqué, Nous allons directement à la source à Châteldon, mais on ne leur a jamais posé la question non plus. Nous sommes plus sur une notion de pénurie avec cette eau, nous sommes contents d'en avoir, et les clients aussi. »

À la Cave de Marie, rue Lucas, on vend du vin. Des dizaines de vins différents. Et une seule eau : la Châteldon. Pour Marie Lecourt, qui tient cette cave depuis six ans, c'est l'étonnement. « Je suis déçue. Je n'ai eu aucune information commerciale à ce sujet. C'est quand même une eau que l'on trouve sur toutes les tables étoilées. J'en vends par carton pour des clients qui rentrent sur Paris. Comment vont-ils réagir ? », s'interroge-t-elle.

« Elle reste une bonne eau »

Chez Nicolas, à l'angle de la rue de Paris et de la rue Jean-Jaurès, si Denis Commergnat a retiré hier toutes les bouteilles de Châteldon de sa vitrine, c'est simplement pour les remplacer par des bouteilles de champagne, période de fête oblige. Lui non plus n'a pas été informé de l'adjonction de gaz carbonique dans l'eau produite dans le petit village du Puy-de-Dôme. « Pour moi, ça ne dénature pas le produit car l'eau est toujours bonne. Ça dénature plutôt l'image de la marque. »

Au Fin Palais, Pierre Peybernès est de ceux qui n'avaient pas non plus remarqué le changement d'étiquette de la Châteldon, un produit indispensable à avoir en boutique car il se vend bien. « Pour moi, consommateur, ça ne me choque pas qu'elle soit gazéifiée. Elle reste une très bonne eau. » ■

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3980004600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Le Télégramme

www.letelegramme.fr

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **2361443**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

5 Novembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **1351**

Visualiser l'article

En octobre, ça a bougé dans les commerces du pays de Lorient

Réservé aux abonnés

nicDes ouvertures, des changements de propriétaires... Ça a bougé en octobre 2022 dans les commerces du pays de Lorient. Voici quelques-uns de ces mouvements.

Levi's débarque à Lorient

Depuis le 18 octobre 2022, une boutique Levi's est ouverte à la place d'Esprit, fermé en juillet, au 31, rue du Port, à Lorient. L'initiative en revient à Anne et Jean-Marc Quéré, commerçants sur la place de Lorient depuis 2004, qui viennent d'ouvrir en tant que franchisés indépendants, une boutique entièrement dédiée à la marque. [L'article de Christine Le Moing]

Carrefour Express ouvre rue Paul-Guieysse à Lorient

Et un Carrefour de plus à Lorient ! Un Carrefour Express a ouvert le 26 octobre, rue Paul-Guieysse, dans le quartier de Kerentrech, à Lorient. Il s'agit de la treizième enseigne du groupe Carrefour dans la ville. À la barre de la petite dernière, on trouve Jacques Griffon, 44 ans, originaire d'Arzano, près de Quimperlé. [L'article de Dominique Morvan]

Changement de propriétaires à la boulangerie La Station à Lorient

Céline et Jérôme Quilleré ont repris, depuis le 1er octobre, « La Station » au 63, rue de Carnel, à Lorient. C'est en 2013 que cette ancienne station-service du quartier du Port de pêche a été transformée en boulangerie-pâtisserie-snacking par Philippe et Marie-Pierre Jeuland, qui viennent de leur céder l'affaire. [Plus d'infos]

Un salon d'esthétique et de maquillage permanent, boulevard Svob, à Lorient

Souad Firouchane a ouvert tout récemment un salon d'esthétique et de maquillage permanent boulevard Svob, à Lorient. Elle propose une gamme de services comprenant le microblading (tatouage), le soft shading (intensité des sourcils), mais aussi des soins du visage, extension des cils, onglerie, etc. [Plus d'infos]

Street Market se lance rue Paul-Guieysse à Lorient

La supérette Street Market a ouvert le 11 octobre, rue Paul-Guieysse, à Lorient, à la place d'une ancienne pharmacie. L'enseigne propose essentiellement de l'alimentation et des produits de la vie de tous les jours. Derrière le comptoir, on trouve Raza Butt Ali et Djily Mbaye, deux amis âgés respectivement de 21 et 20 ans. [Plus d'infos]

Dark line tattoo, nouveau salon de tatouage à Lorient

Un nouveau salon de tatouage a ouvert début octobre, au 26, rue Victor-Massé, à Lorient. Son nom : Dark line tattoo. Greg Carer et ses associés Maëlle Guyader et Pierre Rousseau proposent tous les styles de tatouages, entre réalisme, traditionnel américain ou encore pop culture, manga. L'article de Théo Cartron]

Un distributeur de baguettes dans la zone de Kerpont à Caudan

Jacqueline et Franck Camier sont propriétaires depuis six ans du bar-hôtel-restaurant Le Gabriel, rue Jacques-Ange-Gabriel,

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

dans la zone de Kerpont, à Caudan. Ils viennent d'installer un distributeur de baguettes qui fonctionne sept jours sur sept, 24 h sur 24. Les restaurateurs ont déjà installé il y a quelques semaines un autre distributeur de baguettes au Relais du Pont-du-Bonhomme , à Lanester. [Notre article]

Du snacking 100 % vegan avec Veg'a-drak à Lanester

Wraps, sandwichs, pasta-boxes... Lucas Palaze a ouvert en début d'année la seule épicerie 100 % végétale du Morbihan, Veg'a-drak, au 4 ? avenue Ambroise-Croizat. Depuis quelques jours, il propose aussi de la restauration rapide à emporter. [Plus d'infos]

Une nouvelle équipe à la cave Nicolas, à Lorient

Karine Guénot et Rémi Sabot, tous les deux sommeliers diplômés, viennent de reprendre la cave Nicolas au 1, rue de la Patrie, à Lorient. La marque, qui compte 500 boutiques en France, a été créée en 1822 et célèbre aujourd'hui ses deux siècles d'existence. [Plus d'infos]

La Mue, un nouveau salon de tatouage à Lorient

Manuella Ronsse a ouvert début octobre son cabinet de tatouage au 44, rue de la Perrière, à Lorient. Élève de Mr Charles, célèbre tatoueur à Bruxelles, et Darwin, à Cherbourg, la jeune femme de 30 ans a suivi quatre ans de formation avant de lancer, à Lorient, sa première affaire. [Plus d'infos]

Carnot market, une alimentation générale rue Carnot à Lorient

Mickaël Le Goff et son associé Kevin Le Piech ont ouvert Carnot market (alimentation générale) au 35, rue Carnot, dans le quartier de Nouvelle-Ville, à Lorient. Les commerçants proposent toute la gamme de produits de base alimentaire, produits frais, surgelés, confiseries, boissons, alcools... et même un relais vente tabac. [Plus d'infos]

À Caudan, Foussier quincaillerie s'installe dans l'ancien Netto

Foussier quincaillerie a ouvert, à Caudan, son 73e magasin en France. L'entreprise est née au Mans et se développe depuis quelques années, à raison de cinq ouvertures de magasin par an. À Caudan, l'entreprise s'est installée dans l'ancien Netto, au 80, rue Pierre-Landais. Oouverte aux particuliers et entreprises, elle dispose de 5 000 références en magasin et 50 000 en catalogue avec livraison quotidienne. [Plus d'infos]

L'agence Park I s'installe au 39 cours de la Bôve, à Lorient

C'est un retour à Lorient pour cette enseigne : après 30 ans rue Victor-Massé jusqu'en 2017, l'agence immobilière Park I s'installe au 39, cours de la Bôve. L'agence propose uniquement de la transaction immobilière. [Plus d'infos]

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Lénanël, l'une des deux vendeuses, épaule Chanel La Marre, responsable de la nouvelle boutique Levi's. (Le Télégramme/Christine Le Moing) Jacques Griffon, gérant du Carrefour Express du quartier de Kerentrech, à Lorient (Le Télégramme/Dominique Morvan)

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Lénanël, l'une des deux vendeuses, épaule Chanel La Marre, responsable de la nouvelle boutique Levi's. (Le Télégramme/Christine Le Moing) Jacques Griffon, gérant du Carrefour Express du quartier de Kerentrech, à Lorient (Le Télégramme/Dominique Morvan)

Lénanël, l'une des deux vendeuses, épaule Chanel La Marre, responsable de la nouvelle boutique Levi's. (Le Télégramme/Christine Le Moing) Jacques Griffon, gérant du Carrefour Express du quartier de Kerentrech, à Lorient (Le Télégramme/Dominique Morvan)

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Lénanël, l'une des deux vendeuses, épaule Chanel La Marre, responsable de la nouvelle boutique Levi's. (Le Télégramme/Christine Le Moing) Jacques Griffon, gérant du Carrefour Express du quartier de Kerentrech, à Lorient (Le Télégramme/Dominique Morvan)

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367827608

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Lénanël, l'une des deux vendeuses, épaule Chanel La Marre, responsable de la nouvelle boutique Levi's. (Le Télégramme/Christine Le Moing) Jacques Griffon, gérant du Carrefour Express du quartier de Kerentrech, à Lorient (Le Télégramme/Dominique Morvan)

Lénanël, l'une des deux vendeuses, épaule Chanel La Marre, responsable de la nouvelle boutique Levi's. (Le Télégramme/Christine Le Moing) Jacques Griffon, gérant du Carrefour Express du quartier de Kerentrech, à Lorient (Le Télégramme/Dominique Morvan)

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367827608

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Lénanël, l'une des deux vendeuses, épaule Chanel La Marre, responsable de la nouvelle boutique Levi's. (Le Télégramme/Christine Le Moing) Jacques Griffon, gérant du Carrefour Express du quartier de Kerentrech, à Lorient (Le Télégramme/Dominique Morvan)

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367827608

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Lénanël, l'une des deux vendeuses, épaule Chanel La Marre, responsable de la nouvelle boutique Levi's. (Le Télégramme/Christine Le Moing) Jacques Griffon, gérant du Carrefour Express du quartier de Kerentrech, à Lorient (Le Télégramme/Dominique Morvan)

Lénanël, l'une des deux vendeuses, épaule Chanel La Marre, responsable de la nouvelle boutique Levi's. (Le Télégramme/Christine Le Moing) Jacques Griffon, gérant du Carrefour Express du quartier de Kerentrech, à Lorient (Le Télégramme/Dominique Morvan)

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Lénanël, l'une des deux vendeuses, épaule Chanel La Marre, responsable de la nouvelle boutique Levi's. (Le Télégramme/Christine Le Moing) Jacques Griffon, gérant du Carrefour Express du quartier de Kerentrech, à Lorient (Le Télégramme/Dominique Morvan)

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367827608

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Lénanël, l'une des deux vendeuses, épaule Chanel La Marre, responsable de la nouvelle boutique Levi's. (Le Télégramme/Christine Le Moing) Jacques Griffon, gérant du Carrefour Express du quartier de Kerentrech, à Lorient (Le Télégramme/Dominique Morvan)

Lénanël, l'une des deux vendeuses, épaule Chanel La Marre, responsable de la nouvelle boutique Levi's. (Le Télégramme/Christine Le Moing) Jacques Griffon, gérant du Carrefour Express du quartier de Kerentrech, à Lorient (Le Télégramme/Dominique Morvan)

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Lénanël, l'une des deux vendeuses, épaule Chanel La Marre, responsable de la nouvelle boutique Levi's. (Le Télégramme/Christine Le Moing) Jacques Griffon, gérant du Carrefour Express du quartier de Kerentrech, à Lorient (Le Télégramme/Dominique Morvan)

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367827608

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le Télégramme

En octobre, ça a bougé dans les commerces du pays de Lorient Réservé aux abonnés

5 Novembre 2022

www.letelegramme.fr

Visualiser l'article

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367827608

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

lamontagne.fr

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **1598970**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

5 Novembre 2022
Journalistes : **Denis Lorut / Pierre Geraudie**
Nombre de mots : **859**

www.lamontagne.fr

Visualiser l'article

Révélations sur les eaux de Vichy (Allier) et Châteldon (Puy-de-Dôme) : des commerçants et restaurateurs « surpris et déçus »

Après avoir pris connaissance de l'article de La Montagne paru ce vendredi, sur les eaux gazeuses du bassin de Vichy, les professionnels du secteur sont circonspects.

Les eaux gazeuses du bassin de Vichy au coeur d'une enquête de la répression des fraudes de Lyon : le sujet a nourri bien des conversations dans les restaurants et commerces de bouche du coeur de Vichy, ce vendredi matin. Au coeur de cette polémique, la Saint-Yorre, la Vichy Célestins, et sûrement la plus symbolique, la Châteldon, qui?ne serait plus « naturellement gazeuse », contrairement à ce qui a été longtemps indiqué.

Beaucoup, en ayant eu vent de ces révélations, ont dit tomber des nues, à commencer par ceux qui la servent tous les midis en présentant un produit noble et raffiné. « C'est sûr qu'on vend énormément de Châteldon, confie Laurence Mechin, gérante du bar-restaurant Le Vichy. C'est une boisson phare, et les touristes en sont très demandeurs. Mais moi, je n'étais au courant de rien. » « On parle d'une eau locale, et prestigieuse, vendue plus cher que les autres » De rien, et donc pas de cette évolution récente qui a vu l'eau passer en toute discrétion de « naturellement gazeuse » à « finement pétillante », « avec adjonction de gaz carbonique ». « Franchement, on n'a jamais été informés de ça, c'est donc dérangeant de le découvrir comme ça, un matin. Moi cette eau je l'adore, et puis c'est du local. Je la vends toujours en rappelant la légende du roi Louis XIV qui lui est associée. Mais là, maintenant, comment vais-je devoir la vendre?? », se questionne la patronne de l'établissement de la rue Burnol.

« C'est sûr que s'il y a eu un changement, il aurait été bien qu'on en soit informés »

Même surprise un peu plus loin, du côté de la prestigieuse Table d'Antoine, où la Châteldon est évidemment très prisée. « Ici on travaille des produits nobles, et cette eau en fait partie. C'est sûr que s'il y a eu un changement, il aurait été bien qu'on en soit informés », note Antoine Souillat, le gérant des lieux. Un défaut d'informations aussi regretté du côté de l'Empire café, dans le parc des Sources : « C'est décevant, oui. On parle d'une eau locale, et prestigieuse, vendue plus cher que les autres. Mais bon, je vais quand même finir mes stocks », préfère en sourire la co-gérante Philippine Deglon, qui confesse « ne pas avoir vu le changement sur les étiquettes », effectué selon toute vraisemblance au printemps 2021, quelques mois après des perquisitions menées par les services des fraudes dans les usines de Châteldon et de Saint-Yorre, appartenant toutes deux à la Société commerciale des Eaux minérales du Bassin de Vichy (SCBV).

Denis Commergnat, de **Chez Nicolas**, vend régulièrement des bouteilles de Châteldon à ses clients.

Lucie Basset, aux Caudalies, avait, elle, « vu la mention " adjonction de gaz carbonique sur l'étiquette de la bouteille ». Et la patronne des lieux ne semble pas douter du fait que l'eau continuera à être vendue, elle qui en écoule déjà près d'une cinquantaine de bouteilles par semaine, à 7,5 € pièce. Du côté, des commerçants et négociants, la surprise était aussi de rigueur. Jean-Jacques Vieilly, gérant du Promocash de Cusset, n'était pas au courant du changement d'étiquette de la fameuse eau. « Nous ne l'avons remarqué, Nous allons directement à la source à Châteldon, mais on ne leur a jamais posé la question non plus. Nous sommes plus sur une notion de pénurie avec cette eau, nous sommes contents d'en avoir, et les clients aussi. »

À la Cave de Marie, rue Lucas, on vend du vin. Des dizaines de vins différents. Et une seule eau : la Châteldon. Pour Marie Lecourt, qui tient cette cave depuis six ans, c'est l'étonnement. « Je suis déçue. Je n'ai eu aucune information commerciale à ce sujet. C'est quand même une eau que l'on trouve sur toutes les tables étoilées. J'en vends par carton pour des clients qui rentrent sur Paris. Comment vont-ils réagir?? », s'interroge-t-elle.

Chez Nicolas, à l'angle de la rue de Paris et de la rue Jean-Jaurès, si Denis Commergnat a retiré hier toutes les bouteilles de

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Châteldon de sa vitrine, c'est simplement pour les remplacer par des bouteilles de champagne, période de fête oblige. Lui non plus n'a pas été informé de l'adjonction de gaz carbonique dans l'eau produite dans le petit village du Puy-de-Dôme. « Pour moi, ça ne dénature pas le produit car l'eau est toujours bonne. Ça dénature plutôt l'image de la marque. » Au Fin Palais, Pierre Peybernès est de ceux qui n'avaient pas non plus remarqué le changement d'étiquette de la Châteldon, un produit indispensable à avoir en boutique car il se vend bien. « Pour moi, consommateur, ça ne me choque pas qu'elle soit gazéifiée. Elle reste une très bonne eau. »

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367829283

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

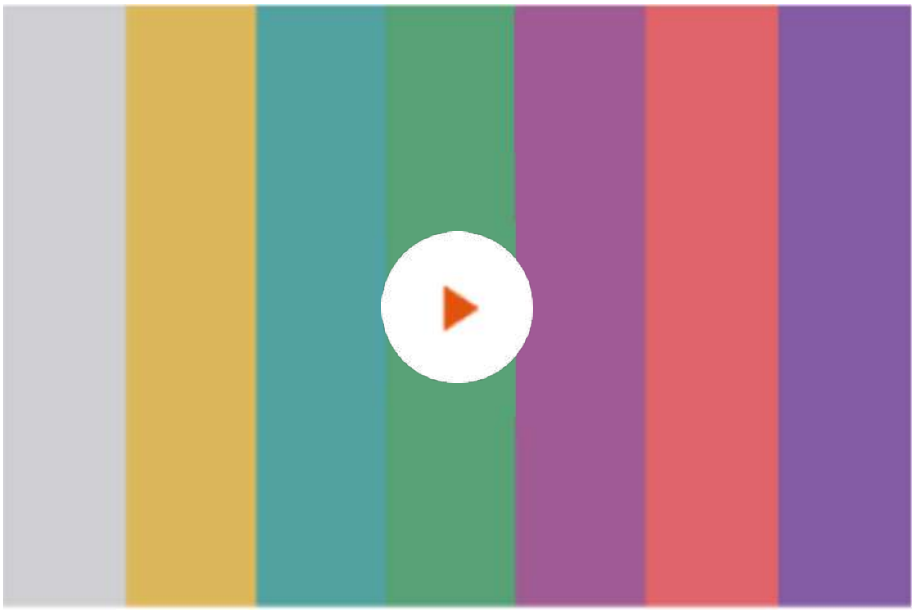
Télévision FRA

3 auvergne rhône-alpes

Vous êtes formidables ! - Auvergne-Rhône-Alpes

15 Novembre 2022
Durée de l'extrait : **00:04:00**
Heure de passage : **10h19**
Disponible jusqu'au :
16 Mai 2023

YK **Yannick KUSY**



Résumé: À Avignon, Léa Perret a été finaliste au concours du meilleur caviste de France et à reçu le prix spécial du jury. Itw de Léa Perret, lauréate meilleure jeune caviste de France. Elle précise qu'elle a fait deux ans de BTS dans la maison Nicolas avec deux tuteurs exceptionnels.

Famille du média :
TV Régionales
Horaire de l'émission :
N.C
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
N.C

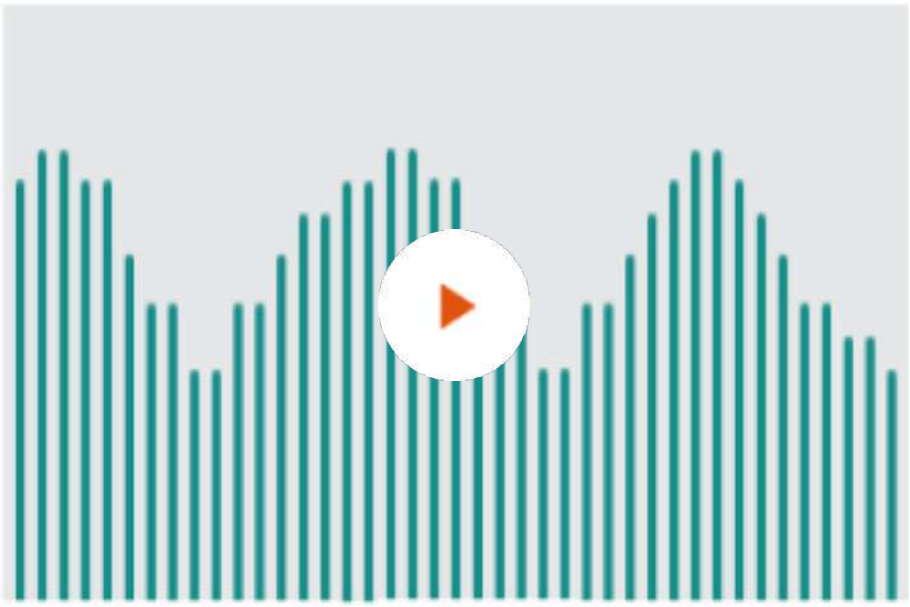
312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220304719

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

RCF Lyon

4 Novembre 2022
Durée de l'extrait : **00:14:16**
Heure de passage : **12h00**
Disponible jusqu'au :
5 Mai 2023



Résumé: Léa Perret, caviste chez Nicolas, vient de remporter le prix de meilleure jeune caviste de France. Itw de celle-ci.

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
N.C
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
N.C

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220304827

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

9h-11h France Bleu Belfort Montbéliard

15 Novembre 2022
Durée de l'extrait : **00:24:09**
Heure de passage : **10h03**
Disponible jusqu'au :
16 Mai 2023

ES **Emmanuel SABATIER**

Résumé: Une visite au magasin Nicolas à Belfort, pour pouvoir choisir un bon vin à petit budget, est proposée. Itw d'Edwin Goyou (phon) du magasin Nicolas à Belfort.

Famille du média :
Radios Régionales
Horaire de l'émission :
09:00 - 11:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Actualités-Infos Générales

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220306269

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Haute Provence info

Famille du média : **Médias régionaux (hors PQR)**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **22712**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **Du 18 au 24 novembre 2022 P.5**

Journalistes : **G.M.**

Nombre de mots : **79**

LA CAVE «NICOLAS» OFFICIELLEMENT INAUGURÉE

Comme annoncé dans notre édition du 28 octobre au 3 novembre, la Cave Nicolas a ouvert ses portes à Manosque, au 9 Boulevard Mirabeau, en face de la place de la Plaine.

Quelques jours après l'ouverture du commerce, ses gérants, William Habert et Bilitis Sarica ont organisé une inauguration officielle n présence de nombreux Manosquins, chefs d'entreprise ou élus de la ville, avec notamment le maire Camille Galtier et plusieurs de ses adjoints.

G.M.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 8930704600508

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CAVISTES E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **46654**
Sujet du média : **Agroalimentaire-Agriculture**

Edition : **Novembre 2022 P.24-25**
Journalistes : **Emmanuel Brugvin**
Nombre de mots : **866**

REPORTAGE

Meilleur caviste de France 2022
LE DEUXIÈME SACRE DE DAVID MORIN

La 5e édition du concours du Meilleur caviste de France a couronné David Morin. Le propriétaire de La Cave de Villiers-sur-Marne, située dans la ville éponyme, avait déjà atteint le bronze lors de la précédente édition.

par Emmanuel Brugvin

Ce passionné de 38 ans a franchi avec brio toutes les étapes d'une impitoyable sélection sur l'évaluation des capacités professionnelles pour accompagner ses clients, proposer des accords avec des mets, tenir un commerce et disposer d'un très haut niveau de connaissance des vins, des spiritueux et autres boissons alcoolisées de qualité. Une compétition organisée par le Syndicat des Cavistes Professionnels (SCP) toutes les années paires depuis 2014, qui a débuté avec trois-cents inscrits, chaînés et indépendants, qui ont répondu à un copieux questionnaire accessible une heure seulement en ligne. Cette première sélection a retenu quarante candidats pour la demi-finale au Château Belgrave près de Bordeaux en septembre dernier. Après une épreuve écrite sur les connaissances du métier, chaque candidat avait devant lui trois boissons – vins français et étrangers, bières, cidres, spiritueux – à caractériser, situer en prix et associer à un instant de consommation. De cette étape, huit candidats ont été sélectionnés pour la finale qui s'est tenue le 17 octobre à Avignon.

JUGÉ PAR SES PAIRS

Devant un jury présidé par Patrick Jourdain, Meilleur caviste de France en 2014, Stéphane Alberti en 2016 et Philippe Schlick en 2020, ainsi que Matthieu Potin (La Vignery, Saint-Germain-en-Laye) et Paul Cousin (animateur réseau chez In-

DAVID MORIN, MEILLEUR CAVISTE DE FRANCE, UNE PRÉPARATION DE HAUT NIVEAU

Dès sa victoire comme Caviste de bronze en 2020, David Morin a préparé d'arrache-pied l'édition 2022. « *J'ai passé une grande partie de mon temps à me tenir au courant de l'actualité sur les réseaux sociaux, dans les salons et chez des vignerons, là où sont les gens qui connaissent le métier* », déclare ce passionné qui dispose de dix ans d'expérience en cave en tant que technicien viti-œno dans le Bordelais, en Australie et en Nouvelle Zélande, après un BEP, un bac pro et un BTS. Puis sept ans chef des vins chez Hédiard. David décide alors de faire vivre sa passion dans son propre univers et crée son premier caveau dans 55 m² tout compris à Villiers-sur-Marne. « *En obtenant le bronze, j'ai bénéficié de la bienveillance des banques pour acheter un établissement trois fois plus grand en 2021 et accélérer de dix ans ma carrière professionnelle.* » Le secret de sa réussite. « *Restons près des vignerons, ils ont tout à nous apprendre.* »

Photos pages 24 et 25 : © Emmanuel Brugvin

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

tercaves), les candidats passèrent tour à tour devant une bouteille de montlouis brut pétillant méthode traditionnelle Label Terra Vitis, fermée, étiquette visible. Cinq minutes de préparation, puis cinq minutes pour passer ce « grand oral » afin d'être évalué sur la pertinence des éléments de langage pour convaincre un acheteur. Libre à chacun d'ouvrir et de déguster ce flacon. S'ensuivit la « grande épreuve à l'aveugle ». Seul sur scène, chaque concurrent dispose d'une minute et trente secondes pour identifier cinq liquides, proposer le meilleur accord avec un mets et trouver leur prix. « *Depuis ma sélection en demi-finale, j'enchaîne les dégustations à l'aveugle dans mon magasin, suivies d'une verbalisation des caractéristiques de produits*, explique Léa Perret, 26 ans, caviste du Nicolas de la place des Jacobins à Lyon, sacrée Meilleure jeune caviste 2022. *Chaque client me permettait de me mettre en situation pour la compétition.* »

Maxime Paon, l'un des finalistes. Patrick Jourdain, président de la SCP, avait choisi le prestigieux Palais-des-Papes pour la remise des trophées réalisés par la cristallerie Lalique. ■

ENCHAÎNEMENT D'ÉPREUVES

Étape suivante, « question pour un caviste ». Lors de l'année 2020, les candidats planchèrent sur le cas suivant : « Un père entre dans votre magasin avec un budget de 150 euros pour fêter la réussite de sa fille à un prix, que lui proposez-vous ? » Pour l'année 2022, la marraine de l'édition étant l'actrice Julie Gayet, la question fut « Que proposez-vous pour l'organisation d'un cocktail de deux-cents personnes pour fêter la sortie d'un film ? » Ultime épreuve, le « quiz ». Tous se retrouvent ensuite sur scène, ardoise et feutre en main, pour une succession de quarante questions sur les produits régionaux et dix secondes pour y répondre. Le premier qui trouve la bonne réponse remporte le point. Les épreuves se terminent devant un grand écran. Les candidats se voient, pour la première fois, filmés en caméra cachée par un client mystère dans leur magasin. La vidéo fut attentivement scrutée la veille par le jury. « *Pour moi, cette épreuve fut une extraordinaire occasion de remettre en question mes connaissances* », affirme

PALMARÈS

OR : DAVID MORIN
La Cave de Villiers-sur-Marne
à Villiers-sur-Marne

ARGENT : ALEXIS ZAOUK
La Cave d'Alex
à Nanterre

BRONZE : LAETITIA GAUTHERON
Le Vingt-Deux
à Montreuil

MEILLEURE JEUNE CAVISTE : LÉA PERRET
Nicolas à Lyon Jacobins

AUTRES FINALISTES : Lætitia Coniglio, Rhône Magnum (Pont-de-l'Isère), Sylvain Guillet, Aux Grands Vins de France (Montpellier), Maxime Paon, Hopla Vins (Munster) et Philippe Carragoso, Nicolas (Toulouse).

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CAVISTES E-COMMERCE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **46654**
Sujet du média : **Agroalimentaire-Agriculture**

Edition : **Novembre 2022 P.37**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **310**

ASSORTIMENT

PHILIPPE CARRAGOSO
NICOLAS, Toulouse Victor Hugo (Haute-Garonne)

Vous avez dit Bordeaux ? « *Il y a pas mal de concurrence des autres régions pour des découvertes autour de 10/15 euros* », constate Philippe Carragoso. Ici, dans ce Nicolas implanté au cœur d'un quartier toulousain voué aux commerces de bouche et qui abrite un marché quotidien, les vins bordelais partent toujours bien, notamment pour les cadeaux ou les grandes occasions. « *Mais pour l'apéro entre copains ou le pique-nique, on va plutôt voir ailleurs* », confirme notre caviste. À Toulouse en tout cas, cité placée sous l'influence à la fois du Languedoc et du Sud-Ouest, le Bordelais reste une valeur sûre et conserve son image prestigieuse. Si on demande peu de bordeaux « *pour les vins de tous les jours, en revanche un saint-estèphe sur une côte de bœuf, ça marche encore très bien* », se réjouit Philippe Carragoso. D'ailleurs, la diversité des vins bordelais est ici bien mise en avant, du bordeaux générique à 5 € jusqu'à un pauillac Château Lafite Rothschild 2009 à 1 250 €. Et qu'on ne s'attende pas à ce que ces vins soient réservés à une clientèle classique et d'un certain âge. « *Je vois aussi des jeunes qui veulent se faire plaisir avec un margaux, par exemple, pour accompagner un repas plus gastronomique.* » Les blancs sont également appréciés des connaisseurs, notamment d'AOC entre-deux-mers (6 ou 7 €) ou pessac-léognan (15/25 €), et sauternes en fin d'année, ces derniers toutefois concurrencés par les moelleux du Sud-Ouest. ■

DR

Mes 5 COUPS de CŒUR

- **BORDEAUX SUPÉRIEUR**, Château du Lort, 9,95 €
- **GRAVES DE VAYRES**, Château du Petit Puch, 14,50 €
- **HAUT-MÉDOC CRU BOURGEOIS**, Château d'Arcins, 15,95 €
- **SAINT-ÉMILION GRAND CRU**, La Croix de Montlabert (2nd vin du Château Montlabert), 24,95 €
- **SAINT-JULIEN**, Amiral de Beychevelle (2nd vin de Château Beychevelle), 49 €

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **660000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **Decembre 2022 P.83**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **67**

CAVISTE DU MOIS

Léa Perret, Nicolas Lyon-Jacobins, à Lyon 2e

Sacrée « meilleure jeune caviste de France » en 2022, Léa Perret travaille depuis 2019 pour la maison Nicolas. Gérante de la cave Lyon-Jacobins, située dans le centre-ville de la cité des Gones, Léa prodigue ses conseils avisés pour découvrir les grands classiques, les petites pépites et ses coups de cœur de toutes les régions de France.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6292414600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

SECTEUR DU VIN ET DES CAVISTES

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

5 Novembre 2022
Durée de l'extrait : **00:27:55**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
6 Mai 2023

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

Résumé: L'émission a lieu à la boutique Nicolas à Marseille au 159 Rue de Rome.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

In vino

Résumé: L'émission a lieu à la boutique Nicolas de Sète, au 5 Rue Général de Gaulle.

6 Novembre 2022
Durée de l'extrait : **00:26:59**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
7 Mai 2023

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220295631

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: L'émission a lieu à la boutique Nicolas de Bordeaux.

12 Novembre 2022
Durée de l'extrait : **00:27:49**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
13 Mai 2023

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220302209

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée depuis le caviste Nicolas à Pau.

13 Novembre 2022
Durée de l'extrait : **00:27:22**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
14 Mai 2023

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220302771

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LA VOIX DU NORD

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **1055000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **15 novembre 2022**

P.55

Journalistes : **MARIE LAGEDAMON**

Nombre de mots : **405**

Une cave à vins « engagée » va ouvrir rue de la Clef avec une gamme large

Antoine Scalabre, à la tête de la nouvelle Cave au lion, avec son dernier coup de cœur, un champagne, l'Extra-brut de Valéry Robert.

HAZEBROUCK. Antoine Scalabre saute le pas. Après une vingtaine d'années d'expérience salariée chez Nicolas puis aux caves Delépine à Béthune, le quinquagénaire va ouvrir sa propre cave. « *C'était un projet de longue date, j'ai envie aujourd'hui d'être totalement libre pour proposer de bons produits, faire découvrir des gens du cru qui aiment ce qu'ils font et travaillent dans le respect de l'humain et de l'environnement.* » L'accent sera mis sur des vins produits en agriculture biologique, en biodynamie mais pas uniquement, « *je ne veux pas être catalogué, je propose des vins en agriculture raisonnée, ce qui compte, c'est l'état d'esprit et le goût* ».

Hazebrouck l'a emporté face à Saint-Omer dans le choix de son installation et pas seulement pour une question de concurrence. « *La ville me ressemble plus, j'ai eu de très bons contacts partout, j'ai été touché par la sympathie des gens et leur convivialité.* » La BGE Hauts de France, Initiative Flandre intérieure et le service Affaires économiques à la mairie l'ont accompagné à réaliser son projet.

DES VINS, DE LA BIÈRE ET DU CHAMPAGNE AUSSI

Le nouvel entrepreneur explique avoir eu un coup de cœur pour ce local de 80 mètres carrés, rue de la Clef, occupé avant par la chemiserie Malet et dont il a conservé les étagères en bois. « *C'est exactement la taille que je cherchais, pour ne pas trop m'éparpiller et j'apprécie cette petite cour qui ouvre sur de la verdure, elle pourra accueillir de petits événements* » se félicite l'entrepreneur. Il proposera entre 300 et 500 références de vins, champagnes, rhums, whisky et bières, à des prix « *abordables* », souligne-t-il.

> ***L'accent sera mis sur des vins produits en agriculture biologique, en biodynamie mais pas uniquement.***

Quant à la proximité avec le Chai, autre cave à vins sur la Grand-place, il n'en prend pas ombrage. « *Il y a de la place pour nous deux, nous avons chacun notre approche et nos offres.* » ■

MARIE LAGEDAMON

La Cave au lion, 18, rue de la Clef à Hazebrouck. Ouverture demain, renseignements sur les réseaux sociaux et au Tél. 03 28 40 46 36.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 8242504600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **249666**

Sujet du média : **Lifestyle**

Edition : **16 novembre 2022 P.2**

Journalistes : **Astrid DELARUE**

Nombre de mots : **343**

Le beaujolais
Il a tout d'un grand

Jeudi 17 novembre, le beaujolais nouveau pointera le bout de son nez. S'il est incontournable depuis 1985, ce rendez-vous annuel ne montre pas toujours le meilleur de ce vignoble aux mille saveurs. Voici 12 appellations qui méritent toute notre attention.

Rond en bouche, aux arômes de fruits rouges, de bonbon anglais et de banane, le beaujolais « nouveau » (car commercialisé juste après vinification) crée l'événement chaque année. Chaque troisième jeudi de novembre, ce vin est l'occasion de se rassembler. Par son pouvoir fédérateur, ses prix bas – entre 5 et 10 € et jusqu'à 35 € au restaurant – et sa légèreté, il a conquis la France entière et 110 autres pays, dont le Japon, où les bains de beaujolais nouveau font figure de tradition !

Ainsi, près de 17 millions de bouteilles ont été produites en 2021 et commercialisées pour plus de la moitié dans l'Hexagone. Une manne pour les producteurs du beaujolais. Avant d'être le nom d'un vin, c'est d'abord un vignoble de 19000 ha classés en Appellation d'origine contrôlée (AOC) et Appellation d'origine protégée (AOP), où quelque 3 000 domaines et châteaux cultivent surtout deux cépages, le gamay noir pour le vin rouge et le chardonnay pour le vin blanc.

Pas moins de 12 appellations en résultent : au sud, les AOC régionales beaujolais et beaujolais villages ; au nord, les AOC communales, crus du Beaujolais, à savoir brouilly, côtes-de-brouilly, chénas, chiroubles, moulin-à-vent, saint-amour, juliénas, morgon, régnié et fleurie. Une treizième, à cheval sur le Beaujolais et la Bourgogne, a fait son apparition en 2011 : l'AOC coteaux bourguignons.

Toutes ces appellations, fleurie, chiroubles et chénas en tête, offrent des vins chers car d'exception. Les années 1989, 1997 ou 2005 en attestent, mais aussi plus spécifiquement le brouilly lieu-dit Pierreux 2020 du domaine Nicolas Boudeau, élu en 2022 meilleur gamay du monde ! Une reconnaissance qui préfigure une cuvée de plus grande qualité cette année…

Astrid DELARUE

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

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas au 21 rue des Archives, à Paris.

26 Novembre 2022
Durée de l'extrait : **00:28:01**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
27 Mai 2023

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220317396

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: Le caviste Nicolas a été fondé en 1822.

27 Novembre 2022
Durée de l'extrait : **00:28:28**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
28 Mai 2023

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220318120

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Actualités en M&A de la vigne et du vin

lully-conseil.blogspot.com

Famille du média : **Blogs**
Audience : **39**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

28 Novembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **479**

Visualiser l'article

Marché : le groupe Castel rachète le marchand en ligne Vinatis

L'Annécien Vinatis, leader français de la vente en ligne de vins et spiritueux, annonce être entré en négociations exclusives avec Castel, groupe bordelais, premier producteur de vins en France et en Europe.

Créée il y a vingt ans par Emmanuel Toussaint et Olivier Ivangine, Vinatis a construit au fil des années « une offre variée qualitative et accessible en termes de prix » , totalisant aujourd'hui 220 000 clients . L'entreprise, qui connaît une remarquable ascension, encore plus depuis la crise sanitaire, affiche une croissance annuelle supérieure à 20 % ces dix dernières années , pour un chiffre d'affaires de 70 millions d'euros en 2021 , avec 130 collaborateurs . Sa part à l'export approche les 30 %.

Renforcer son leadership

Avec cette opération, Vinatis, qui détient 7 % des parts de marché en France, affiche ses ambitions : « Continuer sa structuration et de renforcer son leadership sur un marché très concurrentiel où les regroupements se multiplient », explique Emmanuel Toussaint, dans un communiqué paru le 2 septembre.

Le dirigeant précise qu'il conservera son autonomie et son implantation à Annecy-le-Vieux. De son côté, le groupe Castel (marques Castel Frères, Châteaux Castel, Kriter, Patriarche, Listel...), poursuit ainsi sa diversification dans l'e-commerce , en s'offrant son troisième caviste (**Nicolas** et Le Savour), afin de « conforter sa place parmi les leaders du vin et des spiritueux en France mais aussi en Europe. »

Cette multinationale familiale , fondée en 1949 et dirigée par Pierre Castel (5,6 milliards d'euros de CA consolidé en 2019), qui possède 1 400 hectares de vignobles en France, a développé un vrai savoir-faire dans tous les métiers du vin, de la propriété à l'embouteillage en passant par la récolte, la vinification et l'élevage. Le groupe distribue également dans plus de 130 pays . Le rachat devrait être finalisé dans les prochains mois sous réserve de l'obtention de l'autorisation de l'Autorité de la concurrence.

Source : @Patricia Rey pour https://groupe-ecomedia.com/vins-spiritueux-vinatis-rachete-par-le-groupe-castel/

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Dans la lignée de LVMH, Pernod Ricard, Campari, La Martiniquaise, les familles bordelaises Bernard, Moueix et Casteja , voire dans une moindre mesure le groupe AdVini , le groupe Castel Frères s'apprête à investir dans la relation directe avec le consommateur en rachetant l'e-commerçant Vinatis . Cette orientation n'est pas nouvelle pour le groupe qui possède de longue date l'enseigne de cave et maintenant aussi d'e-commerce Nicolas. Fondé en 2002, Vinatis annonce proposer plus de 3 000 références à plus de 60 000 clients et être le leader européen de l'e-commerce de vin. Son CA a été de 69,56 M€ en 2021, en progression de 22%, pour un résultat de 2,31 M€, en progression de 35%, des évolutions qui, chez les e-commerçants pratiquant la vente de primeurs bordelais, sont souvent très volatiles. À noter qu'en 2021, pour la vente de grands crus primeurs, Vinatis s'était associé à Ginestet, un autre groupe bordelais.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MENTIONS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

Centre France LE JOURNAL DU CENTRE

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **83000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **04 novembre 2022**

P.19

Journalistes : **Mathilde Thomas**

Nombre de mots : **975**

PORTRAIT DE VIGNERONS ■ Clément, Nicolas et Philippe Renaud du domaine Renaud et fils à Saint-Andelain

L'histoire du domaine s'écrit en famille

Au domaine Renaud et fils, la vigne et le vin se cultivent en famille. Le père Philippe est associé à son aîné Nicolas. Le benjamin Clément est salarié et Isabelle, l'épouse et la maman, gère l'administratif.

Mathilde Thomas
mathilde.thomas@centrefrance.com

Un métier-passion partagé en famille. Philippe Renaud, viticulteur installé depuis 1986, dans le village vigneron de Saint-Andelain, a eu la chance de voir son fils aîné, Nicolas, 28 ans, le rejoindre sur l'exploitation familiale en 2015. Le benjamin, Clément, 25 ans, est actuellement à la tête de son propre domaine mais avec dans un coin de sa tête l'idée de s'installer aux côtés de son frère, lorsque l'heure de la retraite aura sonné pour le patriarche d'ici une poignée d'années. Les liens familiaux sont très forts entre eux.

Philippe Renaud a repris la suite de son père, vigneron et courtier en vins, ainsi que celle de son beau-père, vigneron et maréchal-ferrant. Si, en 1986, la superficie du domaine avoisinait les 4 ha, aujourd'hui, elle atteint les 18 ha de vignes, cultivées uniquement en pouilly-fumé. « J'ai effectué des plantations », explique le viticulteur. « J'ai aussi acheté des parcelles. Je souhaitais avoir des vignes sur toute l'appellation pour posséder des terroirs différents. » Il était notamment important aux yeux de Philippe Renaud d'acquérir des terres de silex. Actuellement, il en détient 6 ha. « Depuis cinq à six ans, je recommence à replanter », fait savoir le patriarche, qui s'est installé immédiatement après avoir décroché son BEP à Cosne. « Il faut que le domaine soit viable pour nous deux. » En supplément, ils louent aussi des terres comme dernièrement à Michel Babut.

L'arrivée de Nicolas sur le domaine qui est certifié HVE (Haute valeur environnementale), après ses études en BTS viticulture-œnologie à Tours, a été rapidement suivie d'un grand chantier. Celui de la construction d'une nouvelle cave et cuverie. « La cave était devenue trop petite dans la maison fami-

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Centre France
LE JOURNAL DU CENTRE

L'histoire du domaine s'écrit en famille

Edition : **04 novembre 2022 P.19**

liale, située en face de l'église », raconte le père de famille. Alors, il y a quatre ans, un nouveau bâtiment de 400 m² est sorti de terre, presque à l'entrée du village, à deux pas du Belvédère, à la place d'anciennes vignes qui n'étaient pas dans la zone d'appellation.

La jeune génération apporte progressivement sa touche, elle est à l'origine de la modernisation des étiquettes

Pour Philippe Renaud, il était important de rester sur la butte. « C'est le plus haut village du vignoble », apprécie-t-il, mais aussi pour une raison stratégique. « Tout le monde passe par Saint-Andelain », fait-il remarquer. « Les touristes de passage s'arrêtent. » Et le nouvel ensemble, moderne et raffiné, ne passe pas inaperçu.

La cuverie se compose d'une vingtaine de cuves en inox, d'un contenant allant de 30 hectolitres à 100 hectolitres, ainsi qu'un fût de chêne pour la cuvée spéciale et un œuf en plastique. « Au départ, on travaille par parcelles », explique Nicolas Renaud. « Puis on procède à l'assemblage. La cuvée spéciale est issue de vieilles vignes, plantées dans des terres de silex. Il s'agit donc d'une cuvée parcellaire. »

Du vin qui est écoulé sur le marché intérieur auprès des cavistes, des restaurateurs et des particuliers ainsi qu'à l'export vers la Belgique et les Pays-Bas. « Nous avons un client, basé à Namur, qui travaille avec nous depuis mon grand-père », fait savoir Philippe Renaud, la quatrième génération de vignerons, qui a développé la vente en bouteille sous son nom, en plus du vrac, et collabore depuis 1986 avec les magasins Nicolas.

Deux cuvées sont commercialisées, la traditionnelle et la cuvée silex. Et le trio vend aussi depuis, une dizaine d'années, des magnums dont les ventes se développent.

Au fil des décennies, Philippe Renaud a noté que « les gens aimaient moins l'acidité ». Il a donc adapté ses vins à ces modes de consommation, ce qui lui fait dire que « si mon grand-père Amédée revenait, il me mettrait un coup de pied au derrière ».

Un aïeul qui serait fier d'observer que Nicolas et Clément, qui est salarié sur le domaine, apportent petit à petit leur touche. Les deux frères sont à l'origine de l'évolution des étiquettes pour la cuvée traditionnelle. Avec un design moderne. Celle spéciale, étant conçue à partir de vieilles vignes, a gardé son étiquette. Pour garder son authenticité.

Comme chez les Renaud, « on plante nous-mêmes et on s'attache à tout faire de la plantation à la mise en bouteille », ils ont recours à des prestataires de services au moment de la taille, de l'accolage, de l'ébourgeonnage. Le trio ne peut pas être partout. Sachant que chacun a un domaine de prédilection. Clément, titulaire d'un Bac pro viticulture œnologie décroché à Cosne, est plus tractoriste. Nicolas est plus présent à la cave. Philippe est le couteau suisse. Sans oublier Isabelle, la femme et la maman, qui prend en charge l'administratif.

Les vendanges qui viennent de s'achever ont ravi la famille Renaud car « il y a eu une belle qualité et la quantité est bien. L'année 2022 va ressembler à 2020 », se félicitent les vignerons, qui vont pouvoir « refaire du stock ». « L'an dernier, nous avons fait à peine une demi-récolte à cause des problèmes climatiques. Cette année, on a eu peur avec la sécheresse. Il n'y a pas eu beaucoup d'eau. » Mais la pluie en amont de la récolte a été bénéfique. Pour leur plus grande satisfaction. ■

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 2524993600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

La Provence

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **510000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **05 novembre 2022**

P.8

Journalistes : **Chloé ROUSSEL**

Nombre de mots : **605**

Manosque

Les nouveaux commerces fleurissent dans le centre-ville

Depuis deux ans, près de 70 commerces ont ouvert ou ont été repris. Une vingtaine de nouvelles ouvertures est encore prévue, dont l'enseigne Calzedonia dans la rue Grande, ou encore la boulangerie Ernest porte Saunerie

La dynamique commerciale existe". Et c'est à grand renfort de chiffres que Michel d'Angelo, adjoint au maire délégué au commerce et à l'artisanat de proximité, le justifie. "*Lorsque nous sommes arrivés, il y avait 20 % de vacance commerciale à Manosque*, assure-t-il. *Aujourd'hui, nous sommes à 10 %. Nous l'avons donc réduit de 50 % en deux ans.*"

Depuis 2020, 33 commerces ont été créés et 27 repris. "*Quand on parle de reprise, c'est que le commerce a gardé la même activité*", précise Michel d'Angelo. Dans ces chiffres n'est pas compris la dizaine d'ouvertures récentes comme la boulangerie Archi Pain (avenue Majoral Arnaud), la pizzeria Panozzo (avenue Jean Giono), le revendeur d'or Gold Union, le caviste Nicolas (boulevard Mirabeau), ou encore le restaurant O'Patio (boulevard Charles de Gaulle).

En lieu et place de l'ancienne agence Century 21, sur la promenade Aubert-Millot, l'emblématique brasserie Le Grand Paris va rouvrir ses portes dans quelques mois. /PHOTOS STÉPHANE DUCLET

26 magasins actuellement à la vente

Mais ce n'est pas fini, car vingt ouvertures sont encore prévues. La brasserie Le Gavroche, située sur l'avenue Jean Giono, a changé de propriétaire et devrait rouvrir dans le courant du mois de novembre. Tout comme la boulangerie Ernest, qui s'installe à la place de la Mie Caline sur la promenade Aubert-Millot, au niveau de la porte Saunerie. Une bijouterie va également ouvrir ses portes à la place du Comptoir des thés, place de l'Hôtel de ville. La rue Grande accueillera l'enseigne italienne Calzedonia, reconnue pour ses collants, en lieu et place de la boutique Lou del sol qui a fermé ses portes.

La liste est longue et ne devrait pas s'arrêter là. Actuellement, 26 magasins sont à la vente à Manosque. Dont trois qui sont dans les priorités : Camaïeu (rue Grande), Le goût du livre (place de l'Hôtel de ville), et le Bar de la Plaine. "*On a déjà des contacts, on est presque certains que ce sera des reprises*", assure l'élu. Un quatrième était dans la liste mais a trouvé un repreneur officiel, le restaurant

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0071004600503

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

La Palice, rue Guilhempierre, qui devient un restaurant chinois.

Le Grand Paris va rouvrir ses portes

Depuis quelques mois, le bruit court que l'emblématique brasserie Le Grand Paris, ouverte en période d'avant-guerre et à l'époque située sur la promenade Aubert-Millot, devrait rouvrir ses portes. Ce retour tant attendu est aujourd'hui confirmé. "*Ça devrait rouvrir au printemps 2024*", affirme Michel d'Angelo. C'est sur la même promenade qu'à l'époque que l'établissement se réinstalle, à côté du glacier Scaramouche, dans le local de l'ancienne agence immobilière Century 21. Une terrasse couverte et chauffée sera installée pour recevoir les clients.

Depuis six mois, la Ville a reçu 26 porteurs de projets, dont certains sont déjà lancés. Une gestion qui relève presque d'une agence immobilière, gérée en interne par une manager de commerce, Christiane de Palma, qui réalise un travail d'analyse, recense les disponibilités des locaux, et négocie les loyers si besoin. "*On part du principe que si un local reste vide c'est que le loyer est trop cher. Théoriquement c'est 10€ du mètre carré, pour un 80 m² vous payez 800€. Mais parfois certains sont à 1500€ par mois et ne veulent pas descendre. On n'est pas à Saint-Tropez !* ", lance Michel d'Angelo.

Un renouveau pour le centre-ville, avec des commerces qui vont désormais devoir s'inscrire dans le temps.

Chloé ROUSSEL

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Maxi Cuisine

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **1285000**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Novembre - decembre 2022 P.94**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **359**

Adresses

Échos gourmands, p. 6

Café royal, sur Cafe-royal.com
Granhota, sur Granhota.com
Nutella, sur Nutella.com
Salon du chocolat, sur Citeduchocolat.com

Mieux connaître, p. 32-33

Comtesse du Barry, sur Comtessedubarry.com
Labeyrie, sur Labeyrie.com
Maison Lafitte, sur Lafitte.fr
Picard, sur Picard.fr

Côté vin, p. 64-65

Albert Besombes, sur Vivino.com
Cave de Crouseilles, sur Crouseilles.com
Cave Hunawirh, sur Cave-hunawirh.com
Château Boujac, sur Chateauboujac.com
Château Gigognan, sur Gigognan.fr
Château La Renaudie, sur Chateaurenaudie.com
Domaine de la Désoucherie, sur Nicolas.com
Elysis, sur Vivino.com
Jaillance, sur Jaillance.fr
Les Jamelles, sur Les-jamelles.com
Listel, sur Listel.fr
Louis Bouillot, sur Louis-bouillot.com
Muscat moelleux Vieux Carion, sur E.leclerc
Premier Frimas, sur Berticot.com
Wolfberger, en GMS et sur Boutique.wolfberger.com

Côté maison, p. 68-69

Alinea, au 0 969 323 551 ou sur Alinea.fr
But, au 0 826 25 25 25 ou sur But.fr
Carrefour, sur Carrefour.fr
Casa, sur Fr.casashops.com
Casino, au 0 800 13 30 16
Côté table, au 05 56 69 68 68 ou sur Cote-table.com
Ikea, au 09 69 36 20 06 ou sur Ikea.com/fr
Maisons du monde, au 0 800 80 40 20 ou sur Maisonsdumonde.com
Zôdio, sur Zodio.fr

Tout nouveau tout bon, p. 86-87

Casino, sur Supercasino.fr
Cémoi, sur Cemoi.fr
Comtesse du Barry, sur Comtessedubarry.com
Confiture Parisienne, sur Confiture-parisienne.com
Cyril Lignac, sur Cyrillignac.com
De Neuville, sur Chocolat-deneuville.com
Delacre, sur Delacre.fr
Delpeyrat, sur Delpeyrat.com
Fauchon, sur Fauchon.com
Isigny Sainte-Mère, sur Isigny-ste-mere.com
L'Angelys, sur Langelys.com
Le Comptoir de Mathilde, sur Lecomptoirdemathilde.com
Oliviers & Co, sur Oliviers-co.com
Palais des Thés, sur Palaisdesthes.com
Picard, sur Picard.fr
Sophie M, sur Sophie-m.com
Terre Exotique, sur Terreexotique.fr

Escapade, p. 88-93

Des Poules et des Vignes, à Ingrandes de Touraine, au 07 78 81 63 44 ou sur Despoulesetdesvignes.com
Domaine Mathieu Cosme, à Noizay, au 02 47 52 15 44 ou sur Domaine-mathieu-cosme.com
Infos tourisme, sur Tourainevaldeloire.com
L'Évidence, à Montbazon, au 02 47 38 67 36 ou sur Restaurant-levidence.com
Le Fournil du Château, à Chinon, au 02 47 93 17 65 ou sur Noelaupaysdeschateaux.com
Pâtisserie - Chocolaterie Chez Bigot, à Amboise, au 02 47 57 04 46 ou sur Maison-bigot-amboise.com

Shopping, p. 96

Bonne Maman, sur Bonne-maman.com
Comtesse du Barry, sur Comtessedubarry.com
Cookut, sur Cookut.com
Krokola, sur Krokola.fr
Lindt, en GMS
Monbana, sur Monbana.com
Palais des thés, sur Palaisdesthes.com
Saveurs & Nature, chez Naturalia

Conseils vin

Christophe Porcher Vigneron, sur Vigneron-independant-aquitaine.com
Gratien & Meyer, sur Gratienmeyer.com
Jean-François Réaud, sur Vignoblesgabriel.com
Le vin qui va bien, chez Netto
Wolfberger, en GMS et sur Boutique.wolfberger.com

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

CB NEWS

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Mensuelle**
Audience : **25000**
Sujet du média : **Communication-Médias-Internet**

Edition : **Novembre 2022 P.60-61**
Journalistes : **FRÉDÉRIC ROY**
Nombre de mots : **986**

Interview
AFFICHAGE

“LE MARCHÉ DU LOCAL N’EST PAS TOUCHÉ”

GIRAUDY EST DE RETOUR. L’AFFICHEUR EXTERIONMEDIA, REBAPTISÉ, SEMBLE NE CRAINDRE NI LES CRITIQUES SUR LE DIGITAL NI SUR LA COUPE DU MONDE DE FOOTBALL NI LES RLP… RÉPONSES CIRCONSTANCIÉES D’OLIVIER LETONDEUR, NOUVEAU DG DE GIRAUDY.

CBN _ **ExterionMedia a été rachetée par Samfi-Invest en décembre 2020 et vous avez vous-même pris la direction générale de la société au mois de mai suivant. Il y a eu un plan de sauvegarde qui a concerné une centaine de postes sur trois cents. Comment se porte ExterionMedia depuis ?**

OLIVIER LETONDEUR _ Le plan social a porté ses fruits. Ce sont toujours des situations qui déséquilibrent les entreprises mais chez Exterion, on a une équipe qui est fédérée derrière le projet, qui était consciente qu’il fallait redimensionner l’entreprise par rapport à sa taille du marché. Au 31 décembre 2022, on sortira un bilan positif, cela faisait très longtemps que cela n’était pas arrivé. Le retournement n’est pas terminé, mais on a sorti la tête de l’eau. Maintenant qu’on a maîtrisé les coûts, on peut s’attaquer au rebranding.

CBN _ **Ce rebranding consiste à redonner à la société son nom d’origine : Giraudy. Pourquoi ce choix ?**

OLIVIER LETONDEUR _ L’idée c’est de rappeler au marché que Giraudy était la première société qui fédérait toutes les régies régionales. C’est l’entreprise française d’affichage la plus ancienne puisqu’elle a 111 ans. Il y avait une offre qui s’appelait Giraudy by Exterion Media. Aujourd’hui, c’est une société franco-française, avec un actionnariat français et un terrain d’opération exclusivement français. Nous avons repris la police de caractères d’origine de Giraudy ainsi que les couleurs de l’époque, le jaune et le bleu qui sont un petit peu plus éclatants qu’à l’origine.

CBN _ **Quelle est la taille de l’entreprise aujourd’hui ?**

OLIVIER LETONDEUR _ C’est 43 000 faces en papier plus 960 en digital. Nous sommes le premier acteur dans les villes de moins de 100 000 et de moins de 50 000 habitants. Nous n’avons pas les moyens d’être les premiers à Marseille ou à Paris, mais dans toutes les petites villes, nous avons des performances d’audiences qui sont excellentes.

CBN _ **Votre stratégie consiste à développer l’aspect régional ?**

OLIVIER LETONDEUR _ Exactement, nous voulons continuer à nous renforcer sur le local, le régional et la proximité. Nous sommes bien conscients du fait que les marques nationales travaillent sur des supports de 2m² dans les grandes agglomérations de plus de 500 000 habitants. Nous n’y sommes pas, donc nous renforçons nos avantages et nos atouts. Nous sommes la première régie nationale de proximité parce que nous travaillons plus avec des annonceurs locaux qu’avec des annonceurs nationaux. Le local représente 75 % de notre chiffre d’affaires.

CBN _ **Les sociétés d’affichage ont subi de plein fouet les confinements, en êtes-vous complètement remis ?**

OLIVIER LETONDEUR _ Nous n’étions pas aux commandes

PHOTO : DR.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L’accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Olivier Letondeur, DG de Giraudy : " Nous proposons majoritairement du papier en grand format ".

au début 2020, mais clairement, ExterionMedia, déjà fragile, a particulièrement souffert de la crise sanitaire. Heureusement que nous étions là pour redresser les comptes. Elle est sortie d'affaire, mais nous n'avons pas encore retrouvé la situation de 2019.

CBN _ **Ressentez-vous la nouvelle crise, celle qui est la conséquence de la guerre en Ukraine et qui se traduit notamment par la hausse de l'inflation ?**

OLIVIER LETONDEUR _ On la ressent sur le business national, mais notre grosse force, c'est précisément le local et pour le moment ce marché n'est pas touché. Le commerçant du coin a toujours besoin d'indiquer qu'il est ouvert le dimanche et qu'il est à gauche au prochain rond-point.

CBN _ **Quid du Dooh ? Vous avez actuellement 960 dispositifs. Ce parc a-t-il vocation à grandir ?**

OLIVIER LETONDEUR _ On a bien compris que nos clients étaient intéressés par la réactivité et la flexibilité du digital. On a donc installé 350 écrans dans les magasins Nicolas de Paris. Ce qui constitue un tissage premium. Nous continuons à développer notre parc qui est naturellement connecté à des DSP et des SSP pour des clients qui nous achètent du temps. Ensuite, nous avons de tels chiffres de croissance que nous craignons que ce soit lié à un effet de base, puisque nous partons de pas grand-chose.

" C'EST SURTOUT UN PROBLÈME D'IMAGE, PARCE QUE LES CONSOMMATIONS (DES ÉCRANS) NE SONT PAS AUSSI ÉLEVÉES QU'ON LE CROIT. "
OLIVIER LETONDEUR, GIRAUDY

CBN _ **Le fait que ce type de mobilier soit montré du doigt pour sa consommation d'énergie est-il un problème ?**

OLIVIER LETONDEUR _ Quand on voit qu'un annonceur comme Coca-Cola renonce à de grandes surfaces numériques en vue du Mondial de Foot au Qatar, parce qu'ils veulent être perçus mais pas forcément vus dans ce contexte de crise écologique, on comprend qu'il a un problème. En réalité, c'est surtout une question d'image parce que les consommations d'électricité ne sont pas aussi élevées qu'on le croit. Mais nous sommes conscients du contexte, et nos clients aussi et c'est la raison pour laquelle avons un pourcentage réduit de notre capex dans le développement du digital. Nous proposons du traditionnel couplé au digital pour être cohérent sur le plan géographique. Nous assumons le fait d'être une société qui propose majoritairement du papier en grand format.

CBN _ **Le fait qu'un certain nombre de municipalités réduisent drastiquement la publicité extérieure est-il inquiétant pour l'avenir du business ?**

OLIVIER LETONDEUR _ Depuis le Grenelle 2 et la mise en place de tous les règlements locaux de publicité (RLP), on a subi 80 à 90 % des mises conformité qui devait être faites. Cela représente une réduction de 30 % en moyenne du parc. C'est massif et c'est la raison pour laquelle nous devions dimensionner l'entreprise par rapport à ce patrimoine. Mais au moins aujourd'hui, nous avons donc une vision assez claire du périmètre dans les 18 prochains mois. ■

Propos recueillis par
FRÉDÉRIC ROY

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

L'ÉCHO RÉPUBLICAIN

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **120000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **15 novembre 2022**

P.23

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **232**

La 25e édition du rendez-vous Gastronomie d'automne se déroulera du 19 au 27 novembre

Mettre ses papilles à la fête avec des produits de saison

C'est un rendez-vous incontournable de l'automne à Rambouillet et dans tout le sud des Yvelines.

A partir de ce samedi 19 novembre et jusqu'au dimanche 27 novembre aura lieu le rendez-vous des gourmets : la 25 e édition de Gastronomie d'automne.

Organisée par Rambouillet territoires et l'office de tourisme, cet événement a pour but de mettre en valeur les goûts et les saveurs d'automne.

Les animations débuteront avec le marché d'automne à Rambouillet, samedi 19 novembre, de 9 à 13 heures. Un marché des saveurs sera proposé, mais aussi une démonstration de fabrication de macarons et de madeleines par la biscuiterie Erté. Des ateliers pâtisseries (chocolat viennois, pain d'épices et tartelettes citron praliné) seront organisés sur le stand de l'office du tourisme par Caroline et Mélanie du blog l'Instant CarMel.

En clôture de ces neuf jours au pays des délices d'automne, un déjeuner sera servi au Centre national du football à Clairefontaine-en-Yvelines, le 27 novembre.

Durant toute l'opération, douze restaurants de Rambouillet, mais aussi de Sonchamp proposeront des menus de saison dédiés. Des dégustations d'automne seront, elles, proposées dans dix établissements de bouche, comme Tout un fromage ou à la Cave Nicolas à Rambouillet. La liste complète des animations est à retrouver sur le site Internet www.rambouillet-tourisme.fr.

0WWk_dwPLpQG3DJb3Z2AtEop0CIqufJSrpDjr_aUyVsPVHDxex0mxA1BDDB1dqPTxYjg3

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

ANTIQUITES BROCANTE (HORS-SERIE)

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Irrégulière**

Audience : **N.C.**

Sujet du média : **Loisirs-Hobbies**

Edition : **Novembre 2022 - janvier 2023 P.74**

Journalistes : **Frédéric Dufetelle,**

Nombre de mots : **426**

Un marché plein d'avenir !

La perpétuelle croissance du marché de la publicité n'est plus à prouver. L'art de la réclame ne cesse d'exciter la convoitise de deux profils qui alimentent le marché à leur manière : les collectionneurs de longue date qui veillent particulièrement à l'état, et les passionnés qui recherchent des pièces décoratives originales.

Frédéric Dufetelle,
consultant

> **"Des objets de moins de 30 ans sont désormais recherchés."**

La demande est supérieure à l'offre

Cet univers semble très apprécié !

Oui, le marché se porte très bien. La demande excède nettement l'offre quand il s'agit d'objets de qualité. L'automobilia et la locomotion ont toujours le vent en poupe, l'alimentaire plaît toujours autant et le thème du bistrot conserve un noyau dur d'amateurs, désormais plus sélectifs. Les tendances récemment observées continuent de s'affirmer. Même si l'âge d'or se situe à l'entre-deux-guerres, la production d'après 1940 est de plus en plus demandée, et parfois même concernant des objets et documents de moins de 30 ans.

Comment expliquer certains prix ?

Tout simplement par le mécanisme de l'offre et de la demande, conjugué à l'internationalisation des ventes aux enchères, via les plateformes digitales. La publicité ancienne a maintenant gagné sa place sur le marché de l'art, et les "joyaux des rues" les plus iconiques sont âprement disputés aux enchères. Le Bibendum Michelin, la petite fille Menier, la mascotte Nectar des Vins Nicolas et La Vache qui rit — pour ne citer qu'eux — en sont les ambassadeurs mondialement reconnus.

Des périodes moins recherchées ?

La production très académique de la fin du 19e siècle remporte moins de suffrages... Seuls les grands noms de l'Art nouveau, tels Alfons Mucha, Manuel Orazi ou Henri Privat-Livemont, tirent leur épingle du jeu, ainsi que certains thèmes comme les stations balnéaires et villégiatures réputées, la locomotion ou les cirques célèbres...

Quelques conseils ?

Avant d'acheter, il est primordial de se renseigner auprès de plusieurs sources fiables, tels que les études de commissaires-priseurs, ainsi que les experts et marchands spécialisés. Les copies et créations modernes minent le marché et certains novices, trop empressés, achètent sans discernement, des pièces neuves totalement fantaisistes. Il ne faut pas hésiter à se documenter et échanger avec des collectionneurs. Ce fonctionnement reste la meilleure façon d'assimiler la maîtrise nécessaire à de bonnes acquisitions.
Pour un acheteur d'objets authentiques, il y a maintenant des dizaines d'amateurs de copies et créations modernes constituant de la décoration à bon marché... Hélas, ces deux mondes se confondent fréquemment au détriment d'acheteurs naïfs ou trop peu vigilants. ✱

Retrouvez les coordonnées de Frédéric Dufetelle dans nos Bonnes adresses, p. 98.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3986604600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LSA LA QUOTIDIENNE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **23 novembre 2022**
P.24-25
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **349**

Vinventions propose un seau à glace fabriqué à partir de bouchons recyclés

Les bouchons synthétiques se recyclent. Encore faudrait-il que le consommateur le sache. Vinventions, acteur des solutions de bouchage, a fait créer un objet en bouchons recyclés. Un objet concret qui valorise la collecte de ces objets si vite jetés.... mais pas forcément dans la bonne poubelle.

Le seau à glace créé pour Vinventions.

Vinventions, producteur de solutions de bouchage, a développé un seau à glace à partir de bouchons synthétiques recyclés, et cela en partenariat avec Retorno et Italesse, fournisseur de produits professionnels pour le service du vin (verres, seaux à vin, carafes, ...). Depuis plus de 10 ans, Vinventions développe des programmes de collecte, de tri et de recyclage de ses bouchons de vin. Cette collecte a permis de constituer un stock important de bouchons usagés. "*En 2021, 84 tonnes de nos bouchons pour vins tranquilles ont été collectés en France à travers nos différents partenariats avec des associations caritatives comme France Cancer ainsi qu'avec le caviste Nicolas et ses 500 magasins*", explique Romain Thomas, responsable produit Nomacorc chez Vinventions.

Un produit qui a du sens

"*Nous voulions valoriser ces bouchons collectés et les recycler en un produit qui aurait du sens pour nos clients. C'est là qu'est née l'idée de créer un seau à glace fabriqué à partir de nos propres bouchons, collectés sur le marché*", poursuit Stéphane Vidal, directeur général Europe de Vinventions. Pour mener à bien ce projet, Vinventions s'est associé à Retorno, une entreprise

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

belge spécialisée dans la valorisation des matériaux recyclables. "*Nous avons créé la matière première à partir des bouchons collectés par Vinventions et construit tout le processus pour fabriquer ce produit*", explique Marc Thometschek, co-fondateur de la société Retorno.

"*L'ambition de Vinventions est d'étendre ce programme de collecte de bouchons au fil des ans. La vente des seaux Vinny contribuera à financer encore davantage tous les efforts de collecte que nous déployons sur le marché*", déclare Stéphane Vidal. Selon nos sources, un acteur de la GMS profiterait de la prochaine semaine du développement durable pour installer une collecte de bouchons usagés dans ses magasins.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3850114600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Marché de Noël

C'est le rendez-vous de fin d'année qui réunit les Franconvillois. La Ville accueille son Marché de Noël et prévoit de

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

nombreuses animations féeriques pour petits et grands.

Le premier week-end de décembre, le centre-ville s'illumine avec la magie de Noël. La Place Charles de Gaulle accueille de nouveau le Marché de Noël pour trois jours festifs pour sa deuxième année. Au total, ce sont 18 commerçants de Franconville et des environs qui viendront présenter leurs produits dans leurs stands décorés :

- • **La Fée Fleur :** Couronnes de Noël et décoration
  • **Sav'Onissime :** Savonnerie artisanale
  • **La fabrique maison :** Créatrice de bijoux
  • **Teaven :** Thés
  • **Au Plaisir de Noël :** Produits de noël, tartiflette, marrons chauds et foie gras
  • **Poissonnerie Georges :** Huitres et vin blanc
  • **L'Instant Gourmand :** Chocolats et macarons
  • **Cultura :** Livres et jouets pour enfants
  • **Rêves nomades :** Bagagerie tissus
  • **Comptoir Jasmin :** Ustensiles en bois d'olivier
  • **Le coffret de Cassandre :** Bijoux
  • **L'Atelier d'une choupette :** Bougies en cire végétale
  • **Baroude et Recettes :** Savons produites et cosmétiques solides
  • **Caves Nicolas :** Champagne Vin
  • **Virginie Trefert :** Artiste peintre
  • **Tiroir et coton**
  • **Jardin Pirate :** Ceintures en cuir et pochettes Couteaux
  • Ainsi que les chalets dédiés à **Action Com** et **Mon voisin est un artiste**

Au centre de la place, la patinoire gratuite permettra aux jeunes Franconvillois de s'initier au patinage, avec mise à disposition de patins. Le Père Noël sera bien sûr présent le samedi et le dimanche pour rencontrer les enfants et prendre note de toutes les listes de Noël. découvrez le programme du weekend.

Le Père Noël sera bien sûr présent le samedi et le dimanche pour rencontrer les enfants et prendre note de toutes les listes de Noël. Un joli cadre sera proposé pour prendre des clichés souvenirs avec lui et les fonds récoltés seront reversés entièrement au Téléthon.

Afin de faciliter l'accès au marché de Noël, **le traditionnel petit train** fera le tour de la ville pour inviter les habitants et les déposer Place Charles de Gaulle afin de profiter des festivités. À bord du train des musiciens du Conservatoire seront présents et joueront quelques jolies mélodies

Vendredi 2 décembre : Inauguration à 18h

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

• 18h : Inauguration du Marché de Noël en présence de M BAAβ, Maire de Viernheim

• 18h15 : Chorale Paroissiale

• 18h35 : Gala de l'association Franconville Sports de Glace sur la patinoire synthétique.

• 19h05 : Ensemble de Cuivres/ élèves du Conservatoire : Meddley de Noël

• Visite officielle du Marché de Noël et Pot de Noël

Samedi 3 décembre 2022 : De 10h à 19h

• 10h30 : Chants de « Garçons s'il vous plait ». Trois talentueux chanteurs qui se mêleront au public durant le marché, munis d'une ardoise et demanderont aux passants les chants de Noël qu'ils souhaitent entendre pour ensuite les chanter à cappella.

• 11h : La Locomotive de Noël Jongleurs et musiciens, juchés sur leur **Locomotive de Noël.**

• 11h30 : Conservatoire Ensemble de flûtes traversières

• 13h30 : Chants de « Garçons s'il vous plait »

• 14h : La Locomotive de Noël

• 14h30 : Démonstration de patinage

• 15h : Chants de « Garçons s'il vous plait »

• 15h30 : Conservatoire : Chorale et Accordéons

• 16h : Conservatoire : Percussions du monde

• 16h30 : Chants de « Garçons s'il vous plait »

• 17h15 : Démonstration de patinage ou hockey

• 17h30 : Arrivée Retraite aux flambeaux Politique de la Ville/ Vin chaud chocolat chaud

• 18h : La Locomotive de Noël

Dimanche 4 décembre 2022 : De 10h à 18h

• 10h30 : La Locomotive de Noël

• 11h : Chants de « Garçons s'il vous plait »

• 11h30 : Harmonie Big Band

• 13h30 : Chants de « Garçons s'il vous plait »

• 14h : La Locomotive de Noël

• 14h30 : Démonstration de patinage

• 15h : Chants de « Garçons s'il vous plait »

• 15h30 : Chorale Paroissiale

• 16h : Démonstration de patinage ou hockey

• 16h30 : Chants de « Garçons s'il vous plait »

• 17h : La Locomotive de Noël

Retrouvez avec nous toute la magie de Noël !

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367929321
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Place Charles de Gaulle, Franconville, France

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367929321
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367929321
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367929321
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367929321
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Leaflet | © OpenStreetMap

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367929321

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LES NOUVELLES DE CHATENAY-MALABRY

Famille du média : **Médias institutionnels**
Périodicité : **Mensuelle**
Audience : **47963**
Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **Decembre 2022 P.7**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **649**

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1236414600508

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

- **Arôme des sens** (fleuriste) 79 rue Vincent Fayo
- **Alain Afflelou** (optique audition) 31 avenue de la Division Leclerc
- **Au premier coup d'œil** (opticien) 287 avenue de la Division Leclerc
- **Au Verger de Châtenay** (primeur) 305 avenue de la Division Leclerc
- **Aux Amis de Clémentine** (toilettage pour animaux), 67 rue Jean Longuet
- **Aux Fins Délices de Châtenay** (boulangerie pâtisserie), 92 rue Jean Longuet
- **Aux Mil'Épis** (boulangerie pâtisserie) 1 avenue Albert Thomas
- **Aux Multi Délices** (fromager) 72 rue Jean Longuet
- **Axa Assurances**, 71 rue Jean Longuet
- **Beau Monde** (institut de beauté) 303 avenue de la Division Leclerc
- **Bella Ragazza** (épicerie italienne) 28 cours du Commerce
- **Biocoop** (épicerie bio), 100 rue Jean Longuet
- **Boucherie des Écoles**, 86 rue Jean Longuet
- **Cap beauté** (institut de beauté) 1 allée des aulnes
- **Cap et Coupe** (salon de coiffure) 295 avenue de la Division Leclerc
- **Carrefour City** (supermarché) 1 allée des aulnes
- **Casino** (supermarché), 68 rue Jean Longuet
- **Cils en Seine** (institut de beauté) 5 rue Alphonse Lavallée
- **Création coiffure,** 69 rue Jean Longuet
- **Cyclable**, 18 rue Jean Longuet
- **Darty**, 31 avenue de la Division Leclerc
- **Design optique** (opticien) 66 rue Vincent Fayo
- **Domaines et Château** (caviste) 47 avenue de la Division Leclerc
- **Drive CM** (auto-école) 430 avenue de la Division Leclerc
- **Élena coiffure**, 59 avenue de Robinson
- **Élissol Saveurs** (traiteur), 1 allée des Aulnes
- **Florian Immobilier**, 10 place de l'Église
- **Hôtel B&B**, 53 av. de la Division Leclerc
- **Iba Pressing** 436 avenue de la Division Leclerc
- **Josita** (prêt à porter) 87 avenue de la Division Leclerc
- **Boulangerie de Cyrano** (boulangerie pâtisserie), 349 av. de la Division Leclerc
- **La Châtenaisienne** (boulangerie pâtisserie), 86 avenue de la Division Leclerc
- **La Maison des Travaux** 10 avenue des Quatre chemins
- **La Ronde des Pains** (boulangerie pâtisserie), 432 av. de la Division Leclerc
- **L'atelier du Bien Voir** (opticien) 69 rue Jean Longuet
- **Le Fournil de Châtenay** (boulangerie pâtisserie), 16 rue Jean Longuet
- **Le Biostrot** (restaurant) 40 grande Voie des Vignes
- **Le Voltaire** (brasserie tabac) 1 place voltaire
- **Lemaire Immobilier,** 55 rue Jean Longuet
- **Les 2 Épis d'Or** (boulangerie pâtisserie) 205 avenue de la Division Leclerc
- **Les 3 Marches** (brasserie) 207 avenue de la Division Leclerc
- **Les Jardins de Châtenay** (primeur) 80 rue Jean Longuet
- **Les Paniers de Châtenay** (primeur) 434 avenue de la Division Leclerc
- **L'instant beauté** (salon de coiffure) 368 avenue de la Division Leclerc
- **Loisirs pêche**, 4 place Cyrano de Bergerac
- **Boulangerie Lumé** (boulangerie pâtisserie), 1 allée de Malézieu
- **Ma lunetterie** (opticien) 74 rue Jean Longuet
- **Mema Shop** (bazar - prêt à porter) 430 avenue de la Division Leclerc
- **Nicolas** (caviste), 96 rue Jean Longuet
- **Ô fur et à Mesure** (épicerie vrac) 18 rue Jean Longuet
- **Optical Center** (optique audition) 26 cours du Commerce
- **Optique Châtenay** 432 avenue de la Division Leclerc
- **Pharmacie du Parc** 5 avenue de la Division Leclerc
- **Phuket** (restaurant) 3 avenue de la Division Leclerc
- **Pois de Senteur** (fleuriste) 67 rue Jean Longuet
- **Primo Robinson** (agence immobilière) 12 avenue des Quatre Chemins
- **Primo Voltaire** (agence immobilière) 67 rue Jean Longuet
- **Poissonnerie Pointier** 106 rue Jean Longuet
- **Salon Cindy** (salon de coiffure) 13 place de l'Église
- **Sauzéat immobilier**, 7 place de l'Église
- **Truffaut**, 72 avenue Roger Salengro

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 1236414600508

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

NICOLAS

DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

REVUE DE PRESSE NICOLAS

DECEMBRE

Omnicom Public Relations Group

CORPORATE

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

L'OFFICIEL DE LA FRANCHISE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Mensuelle**
Audience : **75000**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Decembre 2022 - janvier 2023 P.39-42,44**
Journalistes : **Nicolas Monler.**
Nombre de mots : **1773**

Enseignes de cavistes

Quand le vin est tiré !

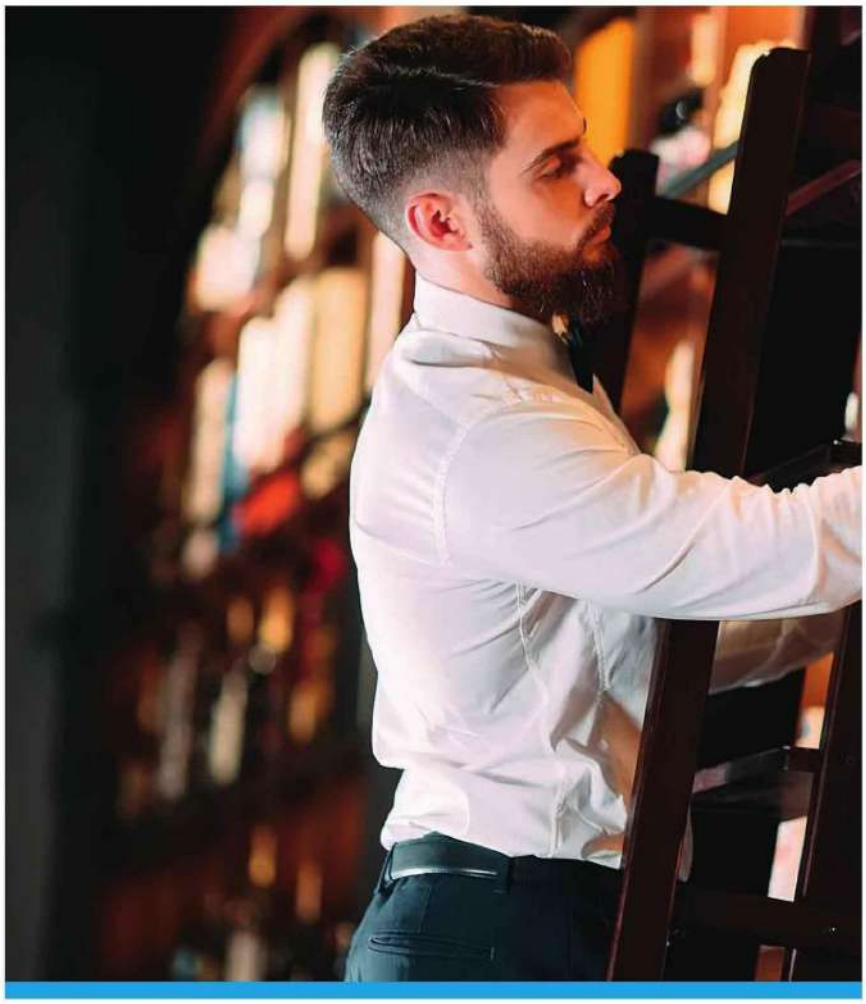
Alors que la consommation de vin, hors domicile, a augmenté pendant les différents confinements, la fin des fermetures administratives a logiquement inversé la tendance. Pourtant, les diverses enseignes spécialisées ont réussi à trouver de nouveaux relais de croissance pour cibler une clientèle plus jeune et plus féminine. Elles se définissent aussi désormais comme des spécialistes des alcools.

Par Nicolas Monier.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Secteur | Enseignes de cavistes : quand le vin est tiré

Comme l'explique Xerfi, dans une étude publiée en juillet 2022, après deux années marquées par un report important de la consommation de vin hors foyer vers le domicile, l'absence de restrictions sanitaires lourdes (confinements, fermeture des bars et des restaurants, etc.) entraînera un mouvement inverse en 2022. *"Chaque verre de vin consommé dans les bars et restaurants, à l'origine de 30 % des débouchés de la la filière vin en temps normal, ne le sera pas à domicile,* analyse le cabinet d'études. *Au-delà de cet effet de base très défavorable sur la première partie de l'année, les pressions sur le pouvoir d'achat (-1 % en 2022) contraindront certains ménages à descendre en gamme, même si l'inflation au rayon vin reste jusqu'à présent limitée."* Un constat partagé par l'enseigne La Vignery qui confirme que, depuis décembre 2021, la courbe s'est effectivement inversée. *"À titre de comparaison, 2022 est une année forcément plus difficile par rapport à 2021. Mais aujourd'hui, nous avons retrouvé les clients et sommes plutôt optimistes pour la suite !"*, note Anthony Pereira, directeur général de l'enseigne. Du côté de chez Nicolas, on observe un taux de fréquentation en magasin en baisse, au profit de l'augmentation du panier moyen. En revanche, chez les acteurs mixant activité de cave et bar, la donne semble différente. Comme le décrivent Antoine Porcher, directeur général du groupe V and B et Arnaud Sissac, directeur des opérations : *"La fréquentation a explosé à la réouverture, celle des bars notamment ! Les ventes côté cave restent élevées mais se sont un peu assagies en dehors des grands moments de consommation. Notre panier moyen progresse malgré tout."*



Une cible plus jeune

Dans un contexte de plus en plus marqué par la concurrence, les différentes enseignes cherchent désormais à sortir des sentiers battus pour proposer de nouvelles expériences aux consommateurs. Comme pour la GSA, *"les cavistes n'échapperont pas au contrecoup sur leurs ventes du retour à la normale de l'activité dans la restauration en 2022. Néanmoins, ils peuvent garder plusieurs solides motifs d'espoir pour soutenir leur activité dans les prochains mois"*, précise Xerfi dans sa dernière étude sur le sujet. Face à cette situation, tout est bon à prendre pour dynamiser le marché. Beaucoup cherchent ainsi à cibler une clientèle plus jeune. C'est le cas notamment de l'enseigne Cavavin dont 40 % de la clientèle a plus de 65 ans. Ainsi, une clientèle plus jeune, qui ne connaît pas forcément le vin, ira plus sûrement, au démarrage, sur des bières, des hard seltzer (eau pétillante alcoolisée) ou du whisky en entrée de gamme. *"Ce sont des nouveautés en gamme produit qui peuvent intéresser les plus jeunes. En fonction de leur appétence, ils pourront ensuite être éduqués et se tourner, par exemple, vers des rhums plus haut de gamme"*, suggère Olivier Mermuys,

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

directeur général de l'enseigne. Parmi les leviers de croissance, Nicolas estime également qu'il est indispensable de toucher une cible plus jeune et plus féminine. Même volonté chez l'enseigne V and B qui explique que les générations X et Y forment déjà la majeure partie de sa clientèle.

Face à l'inflation

Bien entendu, la question du prix intervient dans les arbitrages des consommateurs. *"À présent, ces derniers remettent en question le prix dans un contexte inflationniste. Notre force, c'est justement de savoir faire le grand écart et d'avoir du choix. Soit 2 000 références pour répondre à tout type de besoins. Ce qui n'est pas le cas partout. Nous proposons des prix domaines garantis, qui respectent ceux des vignerons et s'alignent avec ceux appliqués par les grandes surfaces"*, poursuit Anthony Pereira. Dans une période où le pouvoir d'achat est dans toutes les têtes, l'enseigne Cavavin n'a pas constaté, pour ses clients fidèles (venant 25 fois par an en moyenne), de contraction des ventes. Au contraire, le panier moyen pour ces derniers s'inscrit en hausse de 3 % par rapport à l'année dernière. Mais la marque est vigilante. Au sein de l'enseigne, les premiers prix tournent autour des cinq euros. *"Le client a les moyens de faire ses propres arbitrages"*, note Olivier Mermuys, directeur général de la marque. Chez Nicolas, si l'enseigne souhaite se distinguer par la proximité de ses boutiques et par les conseils prodigués aux clients, la direction met en avant l'accessibilité en proposant des produits qui débutent à 5 euros. Un même son de cloche partagé par V and B : *"La notion de rapport qualité/prix est aussi très importante chez nous. Les consommateurs veulent du bon et accessible !"*, remarquent Antoine Porcher et Arnaud Sissac.

"Les nouveautés en gamme produit peuvent intéresser les plus jeunes"

Sortir du seul vin

Bien évidemment, les cavistes cherchent aussi à sortir de la seule gamme de vin pour aller vers d'autres références moins élitistes. Car, comme le révèle Xerfi, outre la baisse de la consommation moyenne d'alcool, l'engouement des Français, pour la bière par exemple, ne cesse de prendre de l'ampleur. Sa consommation a bondi de plus de 60 % en volume depuis 2010. *"On observe en effet une montée en gamme des produits, avec notamment la bière artisanale"*, mentionne Christopher Hermelin, directeur marketing chez Nicolas. Chez V and B, aussi, la consommation de bières "craft" est véritablement une tendance de fond qui se confirme. En somme, tout ce qui permet d'aller chercher une autre clientèle. De nouvelles références qui doivent bien évidemment se calquer sur les

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

goûts des consommateurs, comme le bio, le sans alcool ou l'allégé. *"Plus de 20 % de nos références sont bio. Et depuis avril, nous commercialisons du moderato avec une recette à faible teneur en alcool. Et du whisky vieilli dans le fût de Sauternes ou du gin japonais au yuzu pour satisfaire des nouvelles tendances gustatives. Cela permet d'élargir notre proposition et d'inspirer des accords mets et vins !"*, énumère Olivier Mermuys pour Cavavin. Ainsi, comme l'indique Xerfi, de nombreux cavistes n'hésitent pas à élargir leur offre pour se positionner plus largement comme des spécialistes des alcools et ainsi bénéficier de relais de croissance. La très large majorité d'entre eux commercialise des spiritueux et référence de plus en plus de bières artisanales. *"Finalement, le chiffre d'affaires des cavistes progressera de 1,5 % en 2022"*, estime l'institut d'études.

Un sourcing local ou bio

Il est aussi de plus en plus question d'offres mettant en avant un sourcing résolument local. Pour permettre à ses franchisés d'adapter leur stock à leur région ou à leur zone d'implantation, Cavavin leur laisse une liberté de choix de 30 %. Une latitude grandement appréciée par François Bignon, franchisé installé rue du Roule dans le 1er arrondissement de Paris depuis un an et demi. À quelques encablures de La Samaritaine et du Forum des Halles, la boutique au cachet historique draine une clientèle touristique dotée d'un fort pouvoir d'achat. *"Je peux me permettre d'étoffer mon stock avec de très belles bouteilles qui trouveront preneurs"*, remarque François Bignon. Un constat partagé par Loïc L'Haridon, franchisé Cavavin, en plein centre de Toulon (Var). Face à une clientèle assez éclectique, à la fois populaire et issue de l'administration, le gérant a choisi d'adapter une partie de son stock à la production locale. D'autant que la ville est bordée par deux vignobles réputés, Bandol et les Côtes de Provence. Un parti pris d'ailleurs assumé par l'enseigne. *"Nous nous adressons à des plus petits vignerons comparé à nos concurrents. Lors de nos congrès annuels ou à l'occasion de réunions régionales, les franchisés ont la possibilité de les rencontrer et de mettre un nom derrière un vin. C'est indispensable pour travailler sur la proximité"*, précise Olivier Mermuys. Bien évidemment, le développement des références labellisées bio et Terra Vitis (certification responsable et durable) a, de plus en plus, le vent en poupe. Comme le rappelle Christopher Hermelin pour Nicolas : *"Les consommateurs sont beaucoup plus en quête de produits respectueux de l'environnement, notamment via les différentes certifications existantes."* Chez Cavavin, on assure que plus de 20 % des références sont bio. D'ailleurs, Xerfi confirme que les

"Les consommateurs sont beaucoup plus en quête de produits respectueux de l'environnement"

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

vins bio s'imposent depuis plusieurs années comme le segment le plus porteur sur le marché du vin, avec une tendance qui s'est renforcée l'an dernier. *"En hausse de 9,4 % en valeur, les ventes de vins bio ont atteint un chiffre d'affaires de 1,2 milliard d'euros en 2021, soit le double par rapport à 2014"*, précise l'institut.

Des bars cavistes

Parmi les autres relais de croissance, la possibilité de développer une activité connexe de bar à vin ou de petite restauration pour attirer, là aussi, une clientèle différente. *"La Vignery pourrait par exemple déployer dans les prochains mois son concept de bar à vin, inauguré à Brétigny-sur-Orge (91) en septembre 2021"*, remarque Xerfi. Chez l'enseigne V and B, ce modèle n'est pas nouveau. *" Nous sommes les inventeurs du concept bar-cave et restons le leader de ce marché. L'engouement de nos clients toujours plus nombreux nous porte à croire que c'est avant tout l'accueil, le sens du service, le conseil et nos équipes qui permettent la fidélisation"*, estiment Antoine Porcher et Arnaud Sissac. Selon eux, le modèle mixte bar-cave répond bien aux modes de consommation post-Covid. Quoiqu'il en soit, interrogées pour ce dossier, la plupart des enseignes cherchent surtout à se démarquer de la GSA. *"La principale concurrence, c'est la grande distribution, où neuf bouteilles sur dix sont vendues sans histoire à raconter"*, commente Anthony Pereira pour La Vignery. De même, pour se démarquer, l'enseigne Cavavin présente ses vins à l'horizontale dans ses boutiques, contrairement par exemple à la grande distribution, qui aligne ses bouteilles à la verticale. Un sacrilège selon le directeur général. *"Nous souhaitons que nos clients rentrent dans nos points de vente et se sentent comme dans leur propre cave"*, remarque ainsi Olivier Mermuys. D'ailleurs, dans son étude, Xerfi constate une chute des ventes de vins tranquilles en GSA depuis le début de l'année (-6,8 % en valeur à fin mai 2022). Ce qui fait dire à l'institut d'études que les ventes de vins tranquilles des GSA reculeront de 4 % en valeur en 2022. Mais paradoxalement, les cavistes seront toujours plébiscités pour l'achat de "vin plaisir" à partager ou à offrir. Un effet d'aubaine donc pour les différentes enseignes spécialisées qui devraient faire preuve d'une certaine résilience dans les mois qui viennent. ◆

"Nous souhaitons que nos clients rentrent dans nos points de vente et se sentent comme dans leur propre cave"

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 2257524600508

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Malts & Houblons

maltsethoublons.com

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **12216**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

31 Decembre 2022
Journalistes : **Ch. Hamieau**
Nombre de mots : **667**

Visualiser l'article

Les Français perdus dans l'univers des bières artisanales

L'année 2022 s'achève et nous sommes toujours plus nombreux à espérer que le prochain millésime sera placé sous de meilleurs augures.

C'est par exemple le cas de près de la très grande majorité des consommateurs de bières qui aimeraient bien y voir plus clair dans l'offre des brasseurs artisanaux.

En effet tout le monde n'est pas un « beer geek » loin de là et selon une étude menée par l'institut ifop pour Craft Beers & Cie chez Nicolas, 80% de ces consommateurs se sentent perdus face à l'offre de bières artisanales. De quoi se poser des questions quand à la qualité de l'information proposée par les acteurs de la filière, des producteurs au revendeurs.

Alors oui, la consommation de bière artisanale a véritablement explosé, suivant l'augmentation du nombre de brasseries artisanales (plus de 3000 dans l'Hexagone aujourd'hui).

D'ailleurs 72% des Français qui boivent de la bière au moins une fois par semaine, disent se détourner progressivement des marques classiques pour aller vers des produits qu'ils jugent plus authentiques et de qualité.

Mais tout n'est pas si rose dans le monde de la Craft, l'étude menée par IFOP pour Craft Beers & Cie chez Nicolas montre bel et bien que les Français, dans leur très grande majorité, attendent des conseils d'experts en points de vente, à l'image de ce qu'ils sont en mesure d'avoir lors de leurs achats de vins.

Les chiffres de cette enquête sont plus que parlant puisque 8 Français sur 10 rapportent s'être déjà sentis perdus devant un rayon de bières artisanales, dont 25% « souvent ».

Il sont 61% à regretter une méconnaissance des accords possibles entre les plats et les bières et 42% sur la façon dont elles sont produites.

83% des consommateurs pensent que les bières, à l'instar du vin, devraient faire l'objet de conseils de la part d'un expert.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

84% pensent que la bouteille devrait faire apparaître sa « carte d'identité » proposant des informations sur la genèse du produit et son processus de fabrication.

86% souhaiteraient pouvoir déguster ces produits avant de pouvoir les acheter.

Enfin, seulement 5% des consommateurs de bière interrogés se sentent experts en matière de bière artisanale, contre 43% qui se considèrent novices.

Le caviste Nicolas, expert dans le domaine du vin depuis 200 ans, s'est lancé dans cette démarche d'apporter une expertise pour répondre aux attentes de ses clients. Ce avec la création en 2019 de Craft Beers & Cie, un concept de magasin entièrement dédié à la bière artisanale, . Aujourd'hui il est déjà présent dans 4 villes : Paris, Saint-Cloud, Lille et Clermont-Ferrand.

De même les 500 caves Nicolas ont fait un effort sur leurs offre grâce à la présence de corners dédiés aux bières artisanales proposant une cinquantaine de références à découvrir. Et dans chaque cave à travers la France, une place importante est accordée à la production locale.

Une volonté de Craft Beers & Cie chez Nicolas en lien avec un désir fort des consommateurs : 18% des sondés déclarent en effet que la provenance locale d'une bière est un critère auquel ils sont attentifs, lors de leur parcours d'achat.

Au delà de l'offre le caviste est, suite aux résultats de son enquête, toujours plus motivé a apporter une formation à ses cavistes à leur arrivée au sein de l'enseigne et tout au long de leur carrière.

Ceux-ci sont aujourd'hui invités à participer à des masterclass ciblées au cours de l'année et à visiter de nombreuses brasseries à travers la France pour être au plus près des brasseurs et des produits proposés en caves.

Pour l'année qui arrive il n'y a plus qu'à souhaité que ce type d'initiative se multiplie et que les brasseurs apportent toujours plus d'informations sur leurs produits, tout le monde y gagnera !

De son côté Malts & Houblons ne manquera pas de poursuivre dans ce sens en espérant pouvoir apporter toujours plus d'informations sur cette formidable boisson qu'est la bière !

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

L'Agriculture Drômoise

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **3100**
Sujet du média : **Agroalimentaire-Agriculture**

Edition : **08 decembre 2022**
P.24
Journalistes : **L. R.**
Nombre de mots : **107**

EN CHIFFRES /

Nicolas, véritable mastodonte de la vente de vins

- 1822 : la date de la première enseigne ouverte à Paris,
- 500 : le nombre de boutiques en France,
- 10 : le nombre de « magasins-écoles » répartis en France,
- 50 à 80 : le nombre de stagiaires cavistes formés par an dans ces magasins-écoles,
- 11 : le nombre de pays où des enseignes Nicolas sont ouvertes Taïwan, Madagascar, le Bénin, le Liban, la France, le Maroc, l'Espagne, la Roumanie, la Belgique, l'Angleterre et

La première enseigne Nicolas a été ouverte il y a 200 ans à Paris.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

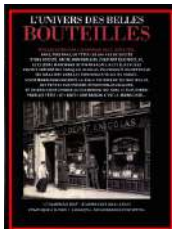
3 ETOILES

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Trimestrielle**

Audience : **N.C.**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**



Edition : **Hiver 2022 P.89-101**

Journalistes : **SYLVIE BONIN**

Nombre de mots : **4033**

L'UNIVERS DES BELLES BOUTEILLES

NICOLAS SUPER STAR ; CHAMPAGNE BRUT, SUPER PRIX.

RARE, TRÈS RARE, DE FÊTER LES 200 ANS DE SUCCÈS D'UNE SOCIÉTÉ. SACRÉ ANNIVERSAIRE, D'AUTANT QUE NICOLAS, LE CÉLÈBRE MARCHAND DE VIN FRANÇAIS, A ÉTÉ ÉLU EN 2022 CAVISTE PRÉFÉRÉ DES FRANÇAIS. NICOLAS, ON CONNAÎT, ON RETROUVE SES MAGASINS DANS LES PRINCIPALES VILLES DE FRANCE. SYLVIE BONIN VOUS RACONTE LA BELLE HISTOIRE DE SES BOUTEILLES, DES PETITES AUX TRÉSORS INTROUVABLES AILLEURS. ET VALÉRIE FAUST ÉVOQUE LE CHAMPAGNE QUI SERA LE PLUS VENDU POUR LES FÊTES : LE « BRUT ». UNE RAISON. C'EST LE MOINS CHER...

> CHAMPAGNE BRUT : LE MOINS CHER MAIS LE PLUS COMPLIQUÉ À ÉLEVER > JURANÇON : DES VIGNERONS D'EXCEPTION

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

L'enseigne a toujours soigné le design de ses magasins. À gauche, dans les années 1920, une façade Art déco créée par l'architecte-décorateur Pierre Patout (rue de Sèvres). À droite, un siècle plus tard, une façade actuelle couleur bordeaux (avenue Kléber).

ÉLU CAVISTE PRÉFÉRÉ DES FRANÇAIS EN 2022

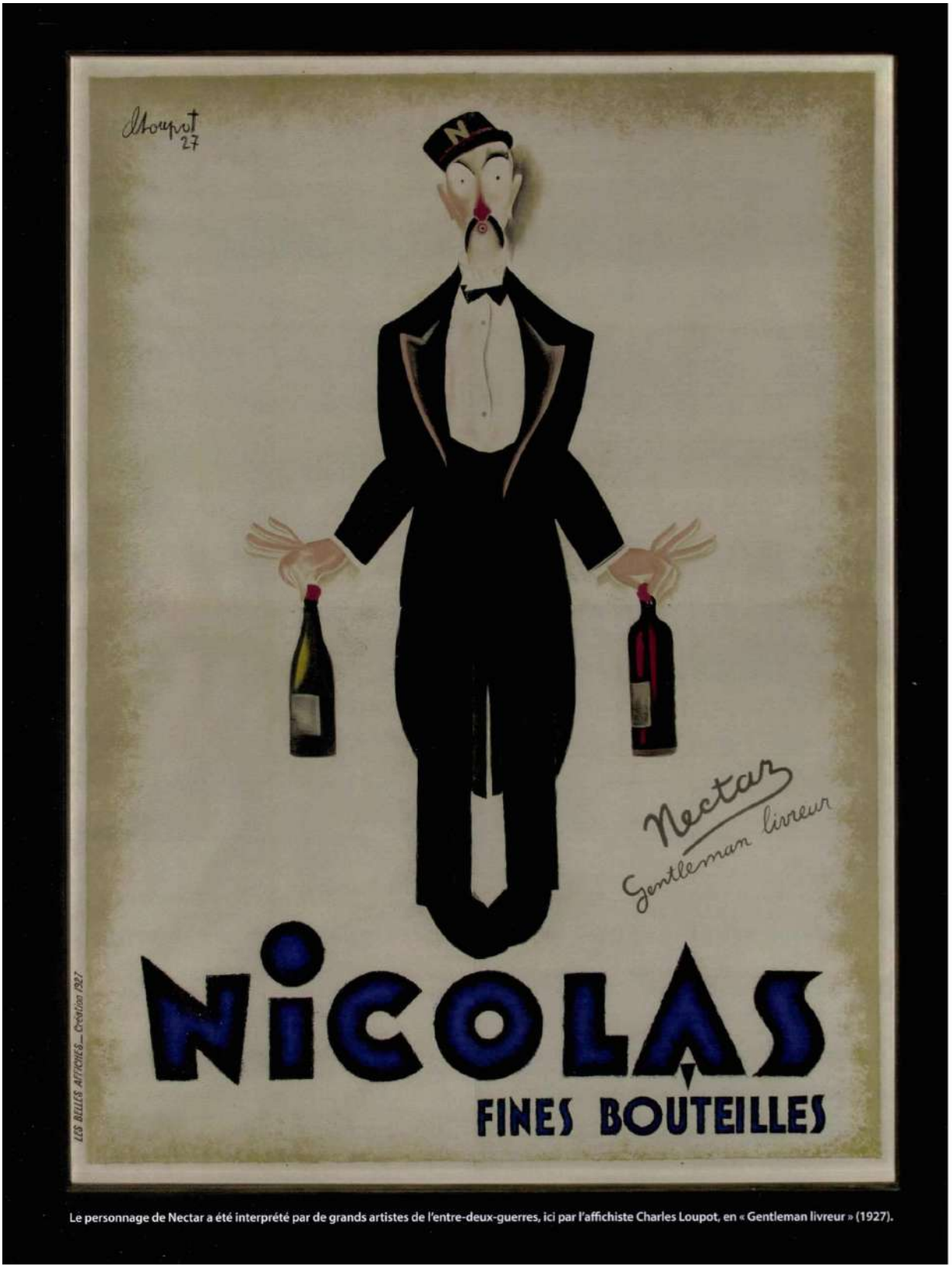
Les 200 ans de NICOLAS

L'HISTOIRE DE LA MAISON DÉMARRE SUR UNE IDÉE DE GÉNIE QUI VA RÉVOLUTIONNER LES HABITUDES DES FRANÇAIS ET ASSEOIR LE SUCCÈS DE L'ENTREPRISE : ALORS QU'À L'ÉPOQUE LE VIN SE BUVAIT SUR PLACE DANS LES AUBERGES ET LES CABARETS OU S'ACHETAIT EN TONNEAU, LOUIS NICOLAS EST LE PREMIER À VENDRE LE VIN EN BOUTEILLE EN FRANCE, EN S'INSPIRANT DE CE QUI SE FAISAIT DÉJÀ EN ANGLETERRE.

PAR **SYLVIE BONIN**

SDP

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



Le personnage de Nectar a été interprété par de grands artistes de l'entre-deux-guerres, ici par l'affichiste Charles Loupot, en « Gentleman livreur » (1927).

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

En 1822, il ouvre sa première boutique en plein centre de Paris, 53, rue Sainte-Anne, ainsi que trois dépôts : place Saint-André-des-Arts, rue Montmartre et cloître Saint-Honoré. L'affaire est lancée.

En 1840, autre innovation, il invente la livraison de vin à domicile : les voitures à cheval ou à bras, puis les camions, les triporteurs, les scooters vont véhiculer les bouteilles et la marque dans les rues de Paris.

Quelques années plus tard, il va appliquer les mêmes méthodes à un autre liquide : le lait. En 1850, il acquiert la ferme d'Arcy, dans la Brie, et la consacre à la production laitière. Comme le vin, il vend le lait en bouteilles scellées et le livre à domicile.

En 1860, Louis Nicolas s'agrandit : il achète la société Buhler, une épicerie qui compte 40 points de vente à Paris. Il les rebaptise Dépôts Nicolas, dans lesquels il commercialise le vin et le lait.

Son fils Étienne Nicolas prend sa suite en 1895, à 25 ans, et va rester aux commandes pendant plus de soixante ans. Il décide d'abandonner le commerce du lait pour se consacrer au vin, dont il veut privilégier la qualité.

Aussi passionné d'art que de vin, il s'attache non seulement à développer la maison – qui passe de 40 boutiques à son arrivée, en 1895, à 400 à son départ, en 1958 –, mais aussi à valoriser son image. Il soigne le look des magasins : l'enseigne n'est plus un simple panneau peint, mais une plaque de verre noir gravée en lettres d'or, les vitrines sont plus largement ouvertes, la présentation des bouteilles est très étudiée. Dans les quartiers chics, les façades de style Louis XVI, à la mode à l'époque, font place dans les années 1920 au style Art déco développé par l'architecte Pierre Patout.

SDP

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7686324600503

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Louis Nicolas, le fondateur de la maison, a dû son succès à une innovation révolutionnaire : il a été le premier en France à vendre le vin en bouteille, dans la boutique et les trois dépôts ouverts à Paris en 1822. Il a été aussi le premier, vingt ans plus tard, à livrer le vin à domicile, à pied, à cheval ou en voiture aux couleurs de la marque.

SDP

Dans les années 1950, les façades deviennent entièrement vitrées pour que la marchandise soit bien visible de la rue. C'est toujours le cas, seule la couleur extérieure des boutiques a évolué : couleur lie-de-vin, puis bordeaux clair depuis 2012. On reste dans le ton !

Précurseur, Étienne Nicolas va populariser l'image de la maison à travers la publicité. Le centenaire de l'enseigne, en 1922, est marqué par la création du personnage de Nectar, le livreur, dessiné par l'affichiste Dransy. Il est même le héros de petits films d'animation projetés dans les cinémas à l'entracte, des films muets au départ, sonores à partir de 1932. Il devient l'emblème de la maison, interprété par des artistes de renom au fil des années.

À partir de 1927, Étienne Nicolas édite des catalogues des vins de la maison, dont il confie la couverture à des artistes connus, comme Derain, van Dongen, Buffet.

La participation de Nicolas à l'Exposition universelle de 1937 à Paris offre une belle mise en avant de la marque : affichage massif sur les meilleurs emplacements des palissades extérieures, projection du film publicitaire « La Belle au bois dormant » d'Alexandre Alexeïeff, fresque du peintre Maurice Dubois – un Bordelais fils d'un négociant en vins, passionné d'œnologie, ça crée des liens… –, dont Nectar est le personnage central.

Nicolas publie aussi des livres pour populariser la marque : « Monseigneur le vin », « Trilogie sur l'éloge du vin français », et en 1936 « Mon docteur le vin », un beau livre illustré par 20 lithographies de Raoul Dufy.

Émile Nicolas laisse en 1958 une entreprise florissante et bien connue. Mais elle va traverser, après son départ, une zone de turbulences, malgré une politique commerciale toujours marquée par des ➤

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

En 2019, Nicolas crée l'enseigne Craft Beers & Cie dévolue aux bières artisanales, avec une première boutique à Saint-Cloud : 250 références, à acheter ou à déguster.

À Saint-Cloud, un magasin consacré à la bière artisanale

Depuis deux siècles, Nicolas a toujours été à la pointe de l'innovation, pour la sélection des vins comme pour leur commercialisation.

Côté vins, il a ainsi été le premier caviste à proposer le beaujolais nouveau à grande échelle (400 hl), en 1966, et l'un des premiers à vendre des vins bio, dès 2008. En complément de ses nombreux partenariats avec de grandes maisons (vins, champagnes, spiritueux et bières artisanales), Nicolas développe ses propres collections dont les assemblages sont réalisés par les œnologues de la maison. C'est le cas par exemple des Petites Récoltes, une gamme de Vins de pays lancée en 1995 qui comprend aujourd'hui 8 références, en rouge, blanc et rosé.

Côté vente et communication, Nicolas a joué les pionniers : envoi de coffrets cadeaux (1986) ; offre de vins au frais grâce aux réfrigérateurs installés dans les magasins (1988) ; ouverture d'un bar à vins place de la Madeleine (1998) puis à Bercy Village ; création d'un site Internet marchand (2000) ; lancement des Nectars, trophées réalisés avec le designer Arnaud Lapierre pour le concours du meilleur caviste (2014) ; coup d'envoi du Salon Les Vinissimes – une journée de dégustation et de vente de grands vins et de vins de légende (2016) ; installation d'une vinothèque dans les boutiques pour les bouteilles les plus prestigieuses ; nouveau concept de magasin consacré à la bière artisanale, Craft Beers & Cie, avec une première boutique à Saint-Cloud (2019).

SDP

➤ innovations. Il lui manque un leader charismatique qui lui donne un second souffle. Et surtout, le développement de la grande distribution, implantée en périphérie à partir des années 1960, oppose une concurrence redoutable : elle pratique des prix bas et la clientèle vient s'approvisionner en voiture, rendant la livraison à domicile moins utile.

En 1988, la maison Nicolas est rachetée par le groupe bordelais Castel Frères, qui a restructuré l'entreprise tout en conservant son identité. Avec là aussi une certaine continuité familiale : Eudes Morgan de Rivery, directeur général depuis 2011, est le fils d'un proche collaborateur de Jean Castel, nommé directeur de Nicolas au moment du rachat. Il est entré chez Nicolas en 1993 pour ouvrir, à 28 ans, une franchise à Poitiers avec son frère et sa sœur, et il a même épousé une de ses clientes...

Étienne Nicolas, qui a succédé à son père, a eu l'idée d'éditer des catalogues des vins de la maison signés par des artistes connus, comme ici Bernard Buffet.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7686324600503

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

570 magasins dans le monde, élu caviste préféré des français

La maison Nicolas appartient depuis vingt-cinq ans au groupe Castel Frères, qui a tenu à conserver et à promouvoir l'identité de la marque. Elle emploie aujourd'hui un millier de personnes et compte 570 magasins dans le monde, dont 65 à l'étranger (Grande-Bretagne, Bénin, Madagascar, Roumanie, Taïwan...). Trois cent vingt sont situés en Île-de-France, et près d'un tiers dans Paris intra-muros, où l'entreprise a démarré. « Nicolas fait partie du paysage urbain, souligne Christopher Hermelin, responsable marketing et communication de la marque. Paris est une succession de petits villages, dans lesquels Nicolas est devenu un commerce de proximité incontournable. Nombreux sont les clients qui nous disent : "Mon grand-père venait déjà chez Nicolas..." Nous mettons beaucoup l'accent sur le conseil en boutique, et nous formons nos cavistes. Cela crée des liens de fidélité entre nos clients et nos cavistes, d'autant qu'ils restent souvent très longtemps au même endroit. »

Comme Anne-Marie Raulinet, ancienne libraire, qui tient une boutique Nicolas à Sceaux avec son mari depuis trente ans. « Comme lorsqu'on conseille un livre, on prend plaisir à conseiller un vin : les gens prennent leur temps pour choisir, c'est un partage, on s'adapte à leurs goûts, on les fait rêver, ils reviennent nous voir... »

Pierre Dercour a d'abord travaillé dix ans dans la restauration, en cuisine puis en salle, avant d'entrer chez Nicolas en 1990 : « Je vends du bonheur en bouteille depuis un tiers de siècle ! » Il a tenu boutique à Annecy et au Havre, avant d'arriver à Paris il y a quatorze ans, d'abord à Saint-Germain, puis dans Le Marais, et maintenant rue des Martyrs depuis deux ans. Il apprécie particulièrement la confiance faite aux cavistes : « À côté de la gamme obligatoire, on fait notre choix dans la sélection proposée par Nicolas en fonction de notre quartier, de notre clientèle... et de nos goûts, car on vend mieux ce que l'on aime ! Ici, je propose des vins allant de 3,50 euros pour une bouteille de Grumes à 8 200 euros pour un vin jaune du Jura de 1834. »

La relève est assurée avec des jeunes comme Léa Perret, caviste à Lyon depuis trois ans : « Je suis passionnée par le monde infini du vin, qui se renouvelle tout le temps, et par la transmission de ma passion à travers le conseil. » En 2022, à 26 ans, Léa a décroché le prix Rabelais des Jeunes Talents de la gastronomie, qui met à l'honneur une trentaine de jeunes professionnels dans différents domaines liés à la gastronomie. Elle a fait partie des 8 finalistes du Concours du meilleur caviste 2022 (qui réunit 400 concurrents) et a remporté le prix spécial du jury de la meilleure jeune caviste de France.

Preuve de l'attachement de ses clients, Nicolas a été élu cette année Marque préférée des Français dans la catégorie cavistes (d'après une étude réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 1 031 personnes de plus de 18 ans).

200 ans : bouteilles d'exception, un couteau de vigneron

Nicolas a toujours célébré avec éclat ses anniversaires : une bonne occasion pour faire parler de la marque. Étienne Nicolas avait lancé la tradition avec la création du personnage de Nectar pour le centième anniversaire, en 1922.

Pour ses 150 ans, la maison avait organisé une exposition au Palais de Tokyo, à Paris, et une vente aux enchères de grands crus à l'Espace Cardin et, simultanément, à Londres et à New York, au profit du Comité français pour la sauvegarde de Venise.

Pour fêter ses 200 ans cette année, Nicolas a aussi multiplié les initiatives.

>Le lancement de sa cuvée du Bicentenaire, un blanc de blancs grand cru millésime 2002 – à année exceptionnelle, cuvée exceptionnelle !

>La Cave des 200 ans, soit 200 bouteilles d'exception – vins, champagnes, spiritueux, bières – sélectionnées au fil des années.

>Le Liadou du Vallon : le manche en bois du couteau traditionnel des vignerons de Marcillac a été façonné pour Nicolas à partir de douelles de fûts du château d'Arcins, lui donnant une couleur teintée de rouge.

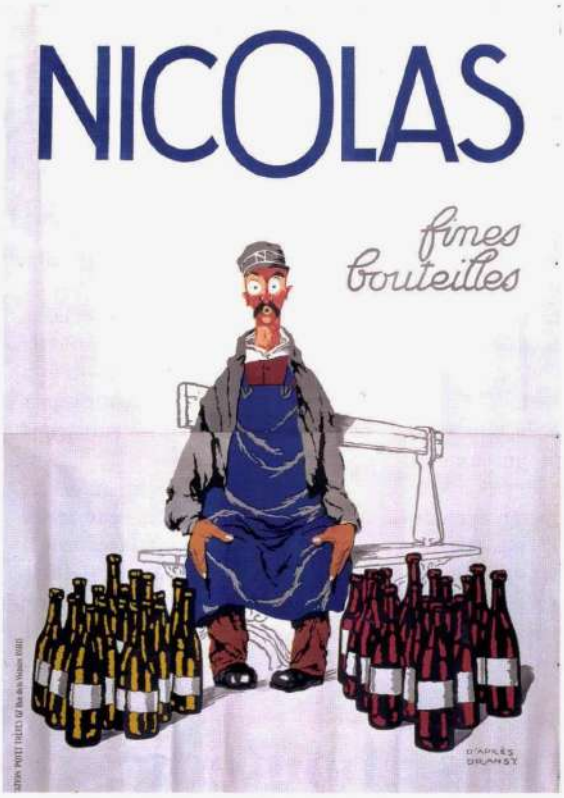
>Un site Internet consacré aux vins fins et aux spiritueux (vins-fins.com).

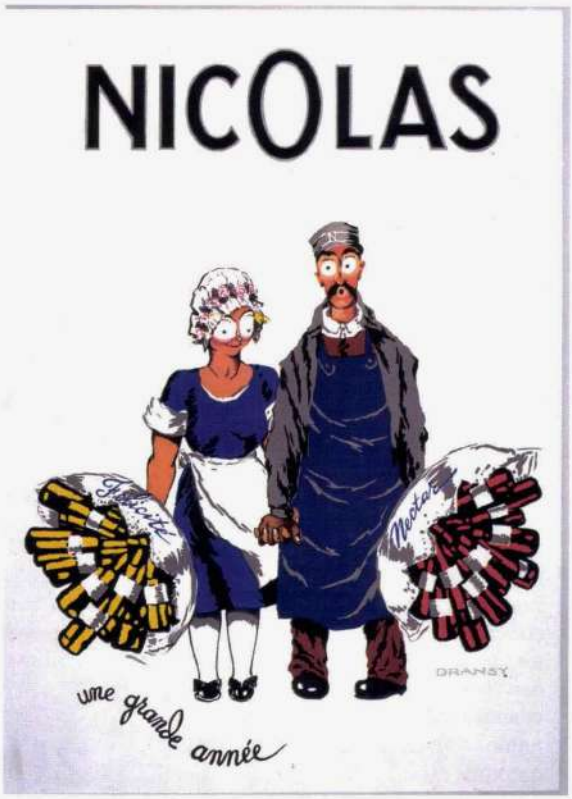
>Un showroom d'exposition-dégustation-vente consacré au champagne, ouvert fin octobre place de la Madeleine.

>Les Légendes : dans la continuité du Salon Les Vinissimes, organisation le 6 décembre, jour de la Saint-Nicolas, d'une vente de vins prestigieux dans les salons du Ritz.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7686324600503

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.





L'affichiste suisse Dransy, de son vrai nom Jules Isnard, a créé en 1922, à l'occasion du centenaire de Nicolas, le personnage emblématique de Nectar, qui lui a été inspiré par un authentique livreur de la maison. Quelques années plus tard, il lui donna une épouse, Félicité.

Les aventures de Nectar

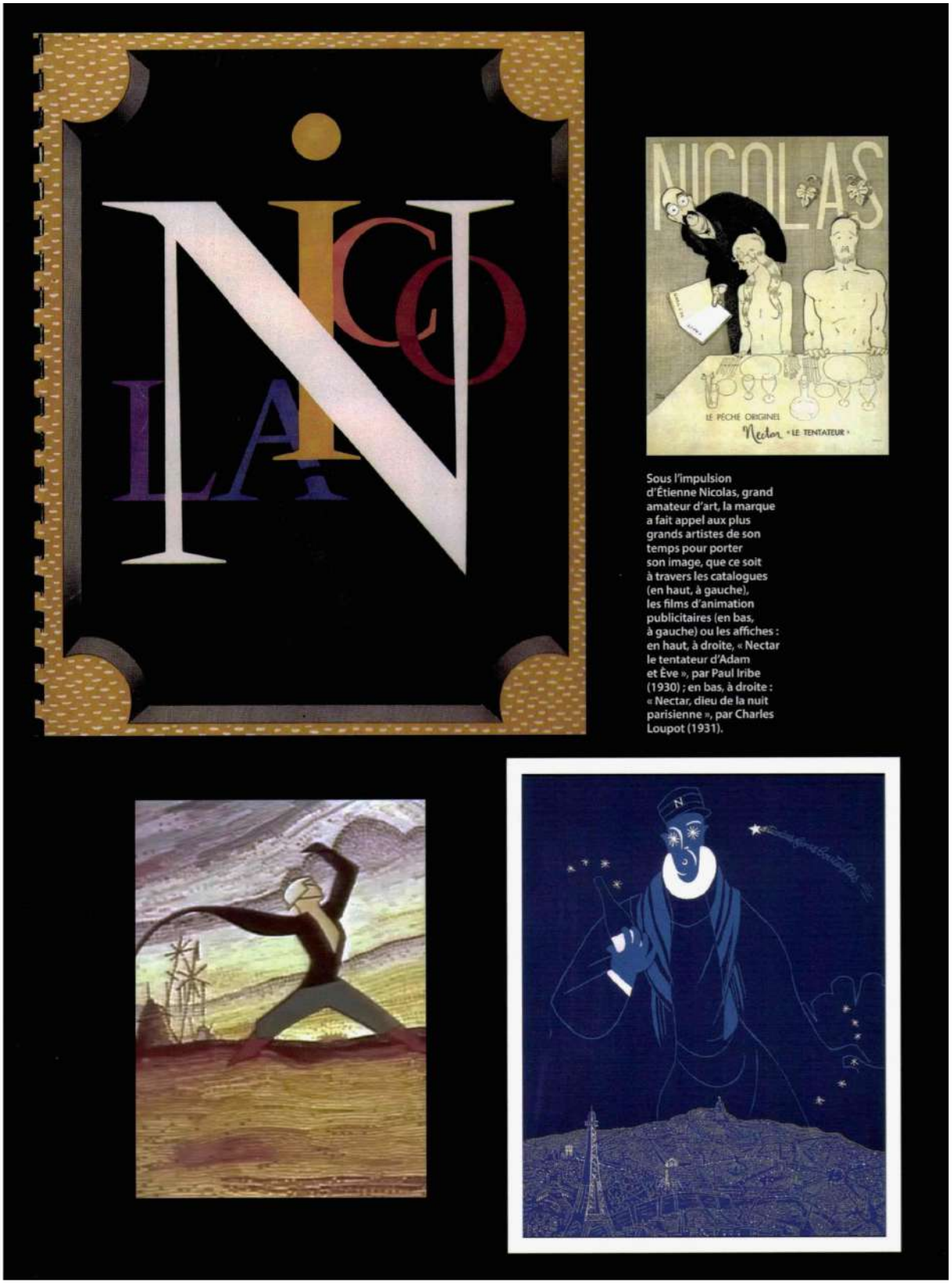
Le centenaire de l'enseigne, en 1922, est marqué par la naissance du personnage de Nectar, le livreur, dessiné par l'affichiste Dransy. Il lui donnera quelques années plus tard une compagne, Félicité, et un petit garçon, Glou-Glou. Inspiré par un livreur de la maison, M. Le Paven, le personnage aux bacchantes tombantes, aux yeux ronds, aux pieds en dedans, à la casquette vissée sur le crâne et au long tablier, deviendra l'emblème de la maison. Il sera même le héros de petits films d'animation projetés dans les cinémas à l'entracte. Un livreur qui a de la bouteille : non seulement il a 100 ans cette année, mais il arrive aussi à tenir 16 bouteilles dans chaque main !

Pendant plus de cinquante ans les studios Draeger lui donnent chaque année un nouvel aspect. À l'initiative d'Étienne Nicolas, le personnage est repris par de grands artistes de l'entre-deux-guerres comme Charles Loupot, Paul Iribe, Cassandre et même Jean de Brunhoff, le père de Babar.

À l'occasion du bicentenaire de la maison et du centenaire de Nectar, il a été demandé à trois jeunes illustrateurs – Alice Des, Mathieu Persan, Alice Wietzel – de le réinterpréter. Signe des temps, à la demande de Nicolas, le livreur apparaît pour la première fois sous des traits féminins. Va-t-on l'appeler Nectarine ?

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7686324600503

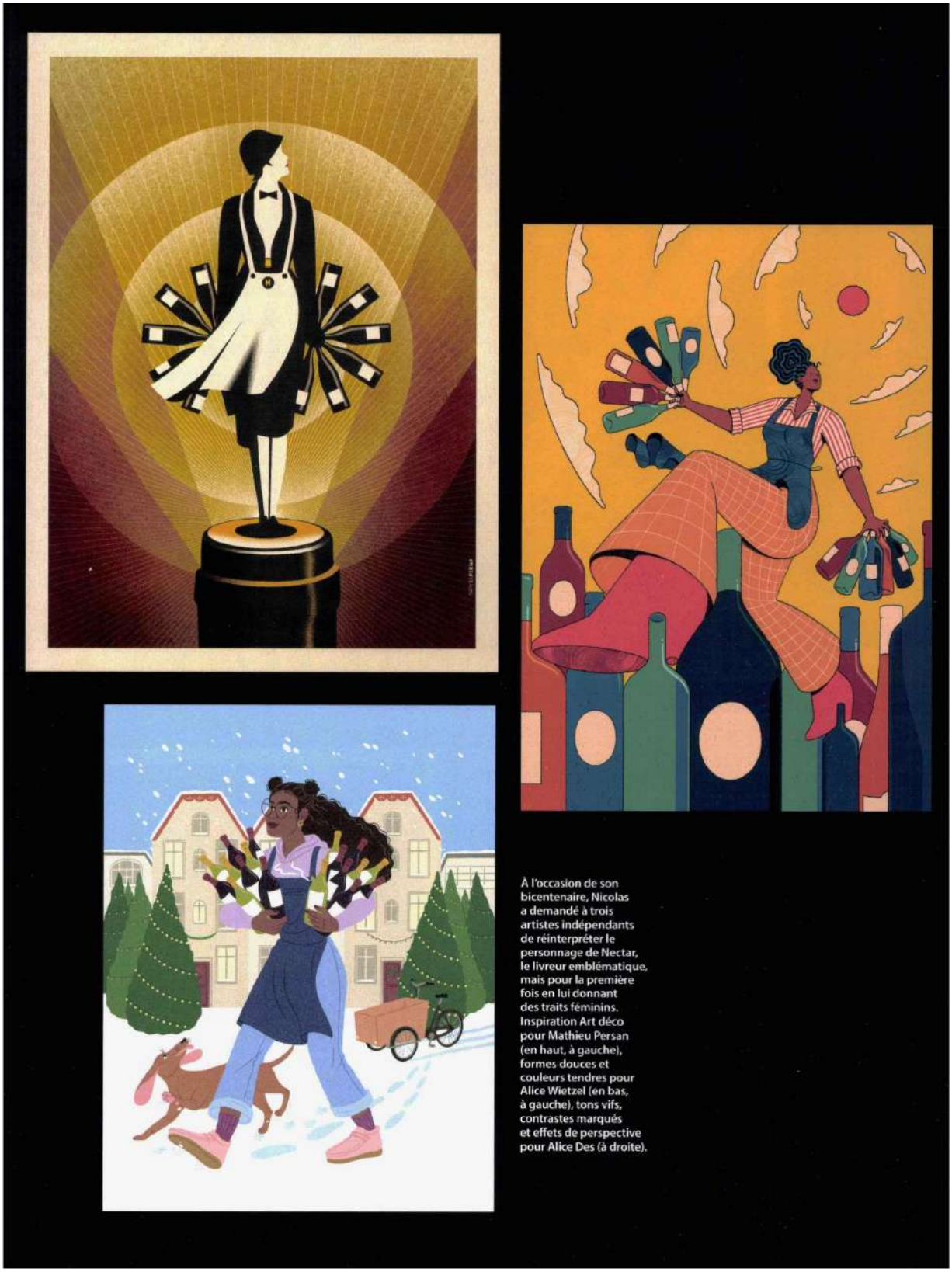
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



Sous l'impulsion d'Étienne Nicolas, grand amateur d'art, la marque a fait appel aux plus grands artistes de son temps pour porter son image, que ce soit à travers les catalogues (en haut, à gauche), les films d'animation publicitaires (en bas, à gauche) ou les affiches : en haut, à droite, « Nectar le tentateur d'Adam et Ève », par Paul Iribe (1930) ; en bas, à droite : « Nectar, dieu de la nuit parisienne », par Charles Loupot (1931).

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7686324600503

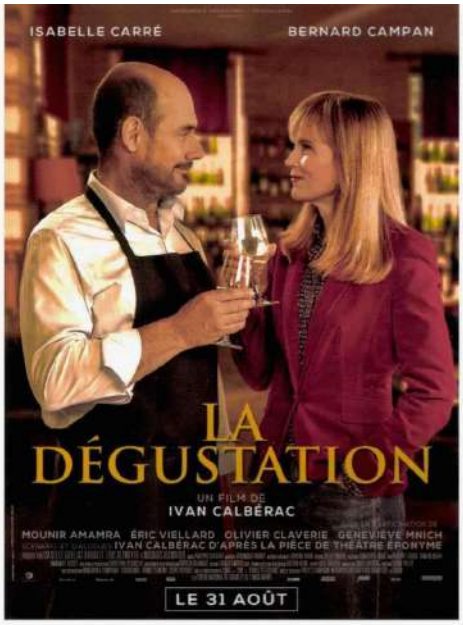
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

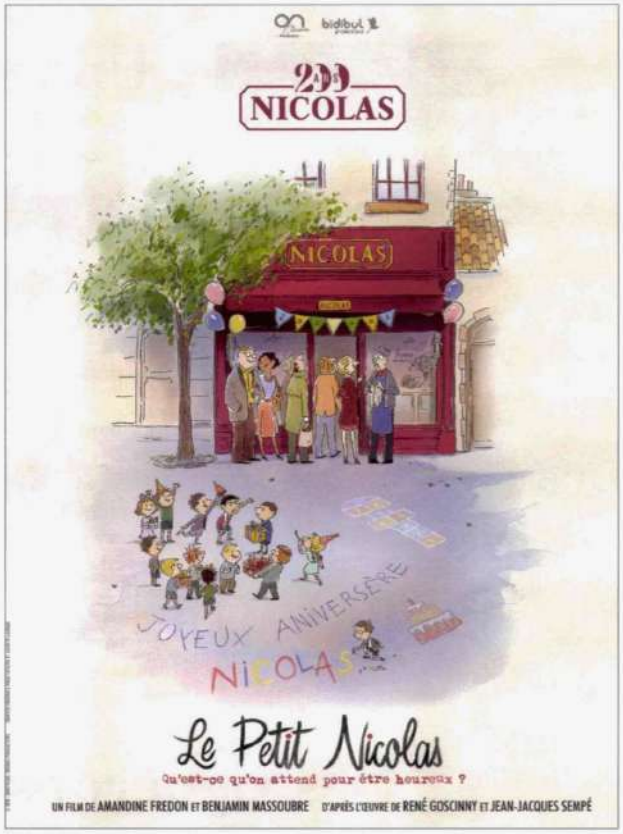


À l'occasion de son bicentenaire, Nicolas a demandé à trois artistes indépendants de réinterpréter le personnage de Nectar, le livreur emblématique, mais pour la première fois en lui donnant des traits féminins. Inspiration Art déco pour Mathieu Persan (en haut, à gauche), formes douces et couleurs tendres pour Alice Wietzel (en bas, à gauche), tons vifs, contrastes marqués et effets de perspective pour Alice Des (à droite).

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7686324600503

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.





L'enseigne, qui a inspiré à Sempé et Goscinny le nom de leur personnage Le Petit Nicolas, a soutenu ses apparitions sur le grand écran : « Le Trésor du Petit Nicolas », en 2021, et le film d'animation « Qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ? » en 2022. Tout comme elle a été partenaire du film « La Dégustation », d'Ivan Calbérac, sorti aussi cette année.

Le Petit Nicolas sur grand écran

Nicolas a aussi inspiré, indirectement, la BD : c'est en apercevant sur un bus une publicité du caviste que Sempé (disparu en août 2022) a eu, avec Goscinny, l'idée de baptiser son personnage Le Petit Nicolas. Un petit garçon qui, depuis 1959, a vécu bien des aventures, y compris au cinéma.

C'est donc tout naturellement que Nicolas a soutenu, en 2021, le film « Le Trésor du Petit Nicolas » et cette année « Qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ? », un film d'animation réalisé à partir des livres de Sempé et Goscinny. Sélectionné pour le Festival de Cannes 2022, il a été sacré meilleur long-métrage au Festival international d'animation d'Annecy en juin dernier.

La maison Nicolas est aussi partenaire du film « La Dégustation », d'Ivan Calbérac, sorti il y a quelques mois : l'histoire d'un caviste.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Un espace champagne

Nicolas vient d'ouvrir à la Madeleine, à Paris, un espace d'exposition et de dégustation consacré au champagne, aménagé dans l'esprit des crayères.

Le champagne a la cote. Depuis quelques années, il s'est imposé à l'apéritif et s'est invité à la table des repas : il n'accompagne plus seulement le dessert les jours de fête mais s'accorde avec les mets.

Signe des temps, la maison Nicolas vient d'ouvrir un espace entièrement consacré au champagne en plein centre de Paris, au-dessus de sa cave de la place de la Madeleine. En plus de la boutique traditionnelle au rez-de-chaussée et de la vinothèque au sous-sol, l'étage supérieur a été aménagé dans l'esprit d'une crayère. Ce showroom d'exposition et de vente des grandes maisons de champagne est animé par des cavistes incollables sur les terroirs, les cépages, les procédés de fabrication, les dosages... Des dégustations avec des producteurs et des masterclass y sont organisées.

Ouvert fin octobre, c'est aussi un espace de réception pouvant accueillir une cinquantaine de convives pour des dîners ou des soirées dans un cadre intime... et pétillant.

L'ouverture de plusieurs showrooms comparables est prévue dans des capitales pour faire rayonner le champagne à l'international.

Des vignerons aux cavistes

La maison Nicolas est très impliquée dans la filière viti-vinicole à travers les relations étroites qu'elle entretient depuis toujours avec les vignerons. Certains domaines sont ses fournisseurs depuis plus de cent ans... Elle va jusqu'à jouer un rôle de conseil sur la gestion du vignoble. Mieux produire fait partie de ses impératifs.

Très soucieuse de l'environnement, elle a ainsi financé un certain nombre de programmes. Elle a contribué à la création de talus en Bourgogne pour stabiliser l'érosion des sols et recréer un écosystème animal et végétal. Elle a aussi œuvré au retour des chauves-souris dans le Bordelais : sur certaines exploitations, elles avaient déserté des bâtiments désaffectés en ruine. Leur reconstruction a fait revenir les chauves-souris et elles se sont sédentarisées. Comme elles se nourrissent d'insectes nuisibles, leur retour a permis de diminuer l'utilisation de pesticides. Autre initiative : les cavistes Nicolas collectent les bouchons en liège pour replanter des chênes-lièges dans les Pyrénées-Orientales.

DES VIGNERONS PARTENAIRES

« Les relations avec nos producteurs s'inscrivent dans une démarche de complicité et de construction, nourrie par beaucoup d'échanges, souligne Christopher Hermelin, responsable marketing et communication de la marque. Ce n'est pas un simple rapport de retailer, Nicolas fait partie intégrante de la chaîne viticole. »

Chaque vin proposé fait l'objet d'une sélection très stricte effectuée par les cinq œnologues maison, encadrés par Jérôme Poiret, directeur du pôle produit, présent chez Nicolas depuis près de vingt-cinq ans. Ils dégustent et évaluent les vins selon un système de notation très précis avant de décider de les référencer, parfois après les avoir retravaillés avec le producteur, puis ils les contrôlent de nouveau à la livraison par prélèvements sur les palettes. « Notre but, précise Christopher Hermelin, c'est de constituer ensemble une gamme la plus homogène et la plus accessible au plus grand nombre, des Petites Récoltes aux grands crus classés. Nous sommes restés fidèles à nos critères de qualité depuis une cinquantaine d'années. Il y a une patte Nicolas. Le mot d'ordre, c'est de proposer des vins équilibrés, sachant

Un champagne exceptionnel : la cuvée du Bicentenaire, un blanc de blancs grand cru millésime 2002.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7686324600503

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le beaujolais nouveau 2022 de Nicolas, en édition limitée, se pare de quatre étiquettes reprenant le personnage de Nectar. De gauche à droite : l'illustration de Cassandre (1935) et les créations, pour le bicentenaire, de Mathieu Persan, Alice Wietzel et Alice Des.

que Nicolas est un caviste généraliste, à l'écart des effets de mode, mais qu'il doit s'adapter aux habitudes de consommation, qui ont évolué. »

Une évolution en quantité et en qualité. Au début des années 1970, Nicolas recevait le vin en vrac – ce qui n'est plus le cas – et embouteillait à Maisons-Alfort, à côté de Paris, 1 million de bouteilles par jour. La consommation annuelle moyenne des Français était alors de 150 litres par habitant. On buvait du vin tous les jours, à tous les repas. Aujourd'hui, la consommation moyenne est tombée à 40 litres par habitant. Les goûts de la clientèle ont aussi évolué : « On demande des vins plus doux, moins tanniques, moins lourds. Une tendance qui s'observe aussi dans les champagnes, les spiritueux et les bières. »

Nicolas façonne aussi avec ses producteurs des vins sur mesure sous sa marque, comme le beaujolais nouveau – dont les étiquettes reproduisent cette année quatre affiches de Nectar – ou une gamme de champagnes allant de 20 à 100 euros : « Le champagne est le produit sur lequel nous avons le plus investi, remarque Christopher Hermelin. Et qui connaît son apogée avec la cuvée du Bicentenaire. »

Les cavistes reçoivent une formation très complète, notamment à la dégustation. Ils conseillent plus de 21 000 clients chaque jour.

DES CAVISTES HEUREUX

Le profil des gérants des magasins Nicolas a évolué avec le temps. Dans les années 1950, ils travaillaient essentiellement en couple, monsieur à la cave, madame à la caisse, et habitaient au-dessus du magasin.

Aujourd'hui, ils vivent plus rarement sur place. Il y a beaucoup de jeunes, de 25 à 30 ans, et des personnes de 40 ans en reconversion. La profession s'est féminisée : de 20 à 30 % des candidats sont des femmes. Une fois recrutés, ils suivent une formation très complète : théorique d'abord pendant trois semaines pour apprendre à gérer une cave, pratique ensuite pendant six semaines dans un magasin-école. Avec des visites de domaines, des rencontres avec les vignerons, des dégustations.

Nicolas compte plus de 3 000 références au total, dont 700 en moyenne disponibles chez les cavistes. Les locomotives sont les vins et les champagnes, complétés par les spiritueux et les bières artisanales, un marché naissant touchant une clientèle jeune. Un livre de cave – dématérialisé aujourd'hui et accessible sur le site vins-fins.com – présente des vins fins et autres produits de prestige. Ils sont stockés dans les caves de conservation de Nicolas et fournis sur commande.

Les cavistes doivent prendre une sélection de base d'environ 70 % des produits référencés par Nicolas. Ils peuvent la compléter avec des produits régionaux et des produits spécifiques adaptés à leur clientèle.

Leur fidélité montre leur attachement à la maison, à l'image de ce caviste de Bourgogne qui a débuté à 22 ans et qui vient de prendre sa retraite à 65 ans. Plus de quarante ans de Nicolas… Et il n'est pas le seul ! ✪

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7686324600503

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

l'ain agricole

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **11778**
Sujet du média :
Agroalimentaire-Agriculture

Edition : **15 decembre 2022**
P.28
Journalistes : **N.A.**
Nombre de mots : **113**

En chiffres /
Nicolas, véritable mastodonte de la vente de vins

- 1822 : la date de la première enseigne ouverte à Paris
- 500 : le nombre de boutiques en France
- 10 : le nombre de « magasins-écoles » répartis en France
- 50 à 80 : le nombre de stagiaires cavistes formés par an dans ces magasins-écoles
- 11 : le nombre de pays où des enseignes Nicolas sont ouvertes, dont Taïwan, Madagascar, le Bénin, le Liban, la France, le Maroc, l'Espagne, la Roumanie, la Belgique, l'Angleterre et la Suisse. ■

L.R.

La première enseigne Nicolas a été ouverte il y a 200 ans à Paris.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 8947524600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Terre Dauphinoise

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **12000**
Sujet du média : **Agroalimentaire-Agriculture**

Edition : **15 decembre 2022**
P.24
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **93**

EN CHIFFRES /

Nicolas, véritable mastodonte de la vente de vins

- **1822 :** la date de la première enseigne ouverte à Paris,
- **500 :** boutiques en France,
- **10 :** « magasins-écoles » répartis en France,
- **50 à 80 :** stagiaires cavistes formés par an dans ces magasins-écoles,
- **11 :** pays où des enseignes Nicolas sont ouvertes, dont Taïwan, Madagascar, le Bénin, le Liban, la France, le Maroc, l'Espagne, la Roumanie, la Belgique, l'Angleterre et la Suisse. ■

La première enseigne Nicolas a été ouverte il y a 200 ans à Paris.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

L'Agriculture Drômoise

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **3100**
Sujet du média : **Agroalimentaire-Agriculture**

Edition : **08 decembre 2022**
P.24
Journalistes : **Léa Rochon**
Nombre de mots : **681**

Découverte

MÉTIER / En octobre, Léa Perret a remporté la première place du concours du meilleur jeune caviste de France, réservé aux professionnels de moins de 30 ans. Une étape de plus dans le parcours déjà bien rempli de la jeune femme originaire du Bugey (Ain) et cogérante de l'enseigne Nicolas, place des Jacobins à Lyon.

La meilleure jeune caviste de France 2022 est Lyonnaise

Elle s'était promis de gérer un magasin digne de ce nom avant ses 30 ans. Finalement, c'est à 26 ans que le vœu de Léa Perret s'est exaucé. Depuis février, la jeune femme, originaire du Bugey, est cogérante de l'enseigne de vins et spiritueux Nicolas, située place des Jacobins, au cœur de Lyon. Un lieu très sentimental pour la jeune femme, puisqu'elle y a effectué son alternance, lors de ses études d'œnologie. En octobre dernier, une nouvelle mention s'est ajoutée à son curriculum vitæ. Léa Perret est devenue lauréate du concours du meilleur jeune caviste de France.

« La formation, c'est l'avenir, d'autant plus que notre métier a besoin de nouvelles têtes ! »

Ouvert aux moins de 30 ans

Cette compétition existe depuis 2014 et se déroule tous les deux ans pour récompenser un ou une caviste de moins de 30 ans. « *Les épreuves courent sur dix mois avec plusieurs étapes,* explique la jeune passionnée. *Parmi les épreuves, il y a notamment un quiz de connaissances, puis un autre plus poussé et une dégustation de vins, bières, spiritueux ou saké à l'aveugle, cela évolue un peu chaque année. Ce n'est pas un concours encore figé comme le Meilleur ouvrier de France en sommellerie.* » Lors de la finale, qui a eu lieu à Avignon, les concurrents font face à un jury de sélection et doivent de nouveau procéder à une dégustation à l'aveugle, puis à une présentation d'un vin. Pour Léa Perret, ce fut une AOC célèbre en Touraine, classée comme un vin blanc tranquille, mousseux et pétillant : un montlouis-sur-loire. Outre les connaissances en œnologie, les qualités relationnelles et la capacité à répondre à un client sont tout autant scrutées. « *La dernière épreuve est une simulation de vente : nous avons sept minutes pour comprendre le besoin d'un client, lui faire une proposition et terminer la vente* », détaille la lauréate. La visite d'un client mystère en magasin vient clore ce circuit d'épreuves. Un tel prix a-t-il réellement une influence sur la renommée du magasin ? Selon la jeune caviste, la fréquentation du lieu a augmenté depuis cette annonce. Mais le véritable plus de ce concours est, selon elle, la possibilité de se challenger et de se rencontrer entre confrères et consœurs. « *C'est une*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

En octobre, **Léa Perret** a remporté le concours du meilleur jeune caviste de France, qui se déroule tous les deux ans depuis 2014.

expérience qui m'a poussée dans mes retranchements », déclare celle qui se remémore ces moments où elle s'est replongée dans ses cours d'œnologie.

Des magasins-écoles

En réalité, ce qui intéresse tout particulièrement Léa Perret, c'est la formation de futurs cavistes. Au fil des années, des stagiaires intègrent une école spécialement conçue pour travailler au sein des enseignes Nicolas et font leurs premières armes dans une boutique du réseau. Le but ? Les préparer à gérer un magasin du groupe. Pour la jeune femme qui a expérimenté ce format à Cannes, cogérer la boutique située place des Jacobins, estampillée « magasin-école » était donc tout à fait sensé. « *Mon but, c'est vraiment de développer la boutique et le centre de formation en interne*, déclare-t-elle. *La formation, c'est l'avenir, d'autant plus que notre métier a besoin de nouvelles têtes ! C'est difficile de recruter des cavistes...* » Persuadée d'avoir un rôle à jouer dans la formation de ses futurs confrères et consœurs, Léa Perret ne s'imagine pas travailler ailleurs que dans le réseau Nicolas. « *Et puis, ce ne serait tout simplement pas possible de payer un emplacement comme celui-ci si j'étais indépendante* », sourit-elle, les yeux rivés sur la célèbre fontaine de la place des Jacobins. ■

Léa Rochon

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

l'ain agricole

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **11778**
Sujet du média : **Agroalimentaire-Agriculture**

Edition : **15 decembre 2022**
P.28
Journalistes : **Léa Rochon**
Nombre de mots : **654**

Portrait

MÉTIER / En octobre, Léa Perret a remporté la première place du concours du meilleur jeune caviste de France, réservé aux professionnels de moins de 30 ans. Une étape de plus dans le parcours déjà bien rempli de la jeune femme originaire du Bugey (Ain) et cogérante de l'enseigne Nicolas, place des Jacobins à Lyon.

La meilleure jeune caviste de France 2022 est aindinoise

Elle s'était promis de gérer un magasin digne de ce nom avant ses 30 ans. Finalement, c'est à 26 ans que le vœu de Léa Perret s'est exaucé. Depuis février, la jeune femme, originaire du Bugey, est cogérante de l'enseigne de vins et spiritueux Nicolas, située place des Jacobins, au cœur de Lyon. Un lieu très sentimental pour la jeune femme, puisqu'elle y a effectué son alternance, lors de ses études d'œnologie. En octobre dernier, une nouvelle mention s'est ajoutée à son curriculum vitæ. Léa Perret est devenue lauréate du concours du meilleur jeune caviste de France.

Ouvert aux moins de 30 ans

Cette compétition existe depuis 2014 et se déroule tous les deux ans pour récompenser un ou une caviste de moins de 30 ans. « *Les épreuves courent sur dix mois avec plusieurs étapes*, explique la jeune passionnée. *Parmi les épreuves, il y a notamment un quiz de connaissances, puis un autre plus poussé et une dégustation de vins, bières, spiritueux ou saqué à l'aveugle, cela évolue un peu chaque année. Ce n'est pas un concours encore figé comme le Meilleur ouvrier de France en sommellerie.* » Lors de la finale, qui a eu lieu à Avignon, les concurrents font face à un jury de sélection et doivent de nouveau procéder à une dégustation à l'aveugle, puis à une présentation d'un vin. Pour Léa Perret, ce fut une AOC célèbre en Touraine, classée comme un vin blanc tranquille, mousseux et pétillant : un Montlouis-sur-loire. Outre les connaissances en œnologie, les qualités relationnelles et la capacité à répondre à un client sont tout autant scrutées. « *La dernière épreuve est une simulation de vente : nous avons sept minutes pour comprendre le besoin d'un client, lui faire une proposition et terminer la vente* », détaille la lauréate. La visite d'un client mystère en magasin vient clore ce circuit d'épreuves. Un tel prix a-t-il réellement une influence sur la renommée du magasin ? Selon la jeune caviste, la fréquentation du lieu a augmenté depuis cette annonce.

« La formation, c'est l'avenir, d'autant plus que notre métier a besoin de nouvelles têtes ! »

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

l'ain agricole

La meilleure jeune caviste de France 2022 est aindinoise

Edition : **15 decembre 2022 P.28**

En octobre, **Léa Perret** a remporté le concours du meilleur jeune caviste de France, qui se déroule tous les deux ans depuis 2014.

Mais le véritable plus de ce concours est, selon elle, la possibilité de se challenger et de se rencontrer entre confrères et consœurs. « *C'est une expérience qui m'a poussée dans mes retranchements* », déclare celle qui se remémore ces moments où elle s'est replongée dans ses cours d'œnologie.

Des magasins-écoles

En réalité, ce qui intéresse tout particulièrement Léa Perret, c'est la formation de futurs cavistes. Au fil des années, des stagiaires intègrent une école spécialement conçue pour travailler au sein des enseignes Nicolas et font leurs premières armes dans une boutique du réseau. Le but ? Les préparer à gérer un magasin du groupe. Pour la jeune femme qui a expérimenté ce format à Cannes, cogérer la boutique située place des Jacobins, estampillée « magasin-école » était donc tout à fait sensé. « *Mon but, c'est vraiment de développer la boutique et le centre de formation en interne*, déclare-t-elle. *La formation, c'est l'avenir, d'autant plus que notre métier a besoin de nouvelles têtes ! C'est difficile de recruter des cavistes...* » Persuadée d'avoir un rôle à jouer dans la formation de ses futurs confrères et consœurs, Léa Perret ne s'imagine pas travailler ailleurs que dans le réseau Nicolas. « *Et puis, ce ne serait tout simplement pas possible de payer un emplacement comme celui-ci si j'étais indépendante* », sourit-elle, les yeux rivés sur la célèbre fontaine de la place des Jacobins. ■

Léa Rochon

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 2947524600508

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

l'Information Agricole du Rhône

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **14516**
Sujet du média :
Agroalimentaire-Agriculture

Edition : **15 decembre 2022**
P.5
Journalistes : **Léa Rochon**
Nombre de mots : **654**

le fil de l'actu...

Rhône

MÉTIER / En octobre, Léa Perret a remporté la première place du concours du meilleur jeune caviste de France, réservé aux professionnels de moins de 30 ans. Une étape de plus dans le parcours déjà bien rempli de la jeune femme originaire du Bugey (Ain) et cogérante de l'enseigne Nicolas, place des Jacobins à Lyon.

La meilleure jeune caviste de France 2022 est Lyonnaise

Elle s'était promis de gérer un magasin digne de ce nom avant ses 30 ans. Finalement, c'est à 26 ans que le vœu de Léa Perret s'est exaucé. Depuis février, la jeune femme, originaire du Bugey, est cogérante de l'enseigne de vins et spiritueux Nicolas, située place des Jacobins, au cœur de Lyon. Un lieu très sentimental pour la jeune femme, puisqu'elle y a effectué son alternance, lors de ses études d'œnologie. En octobre dernier, une nouvelle mention s'est ajoutée à son curriculum vitæ. Léa Perret est devenue lauréate du concours du meilleur jeune caviste de France.

Ouvert aux moins de 30 ans

Cette compétition existe depuis 2014 et se déroule tous les deux ans pour récompenser un ou une caviste de moins de 30 ans. « *Les épreuves courent sur dix mois avec plusieurs étapes,* explique la jeune passionnée. *Parmi les épreuves, il y a notamment un quiz de connaissances, puis un autre plus poussé et une dégustation de vins, bières, spiritueux ou saké à l'aveugle, cela évolue un peu chaque année. Ce n'est pas un concours encore figé comme le Meilleur ouvrier de France*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

l'Information Agricole du Rhône

La meilleure jeune caviste de France 2022 est Lyonnaise

Edition : **15 decembre 2022 P.5**

En octobre, Léa Perret a remporté le concours du meilleur jeune caviste de France, qui se déroule tous les deux ans depuis 2014.

en sommellerie. » Lors de la finale, qui a eu lieu à Avignon, les concurrents font face à un jury de sélection et doivent de nouveau procéder à une dégustation à l'aveugle, puis à une présentation d'un vin. Pour Léa Perret, ce fut une AOC célèbre en Touraine, classée comme un vin blanc tranquille, mousseux et pétillant : un montlouis-sur-loire. Outre les connaissances en œnologie, les qualités relationnelles et la capacité à répondre à un client sont tout autant scrutées. « *La dernière épreuve est une simulation de vente : nous avons sept minutes pour comprendre le besoin d'un client, lui faire une proposition et terminer la vente* », détaille la lauréate. La visite d'un client mystère en magasin vient clore ce circuit d'épreuves. Un tel prix a-t-il réellement une influence sur la renommée du magasin ? Selon la jeune caviste, la fréquentation du lieu a augmenté depuis cette annonce. Mais le véritable plus de ce concours est, selon elle, la possibilité de se challenger et de se rencontrer entre confrères et consœurs. « *C'est une expérience qui m'a poussée dans mes retranchements* », déclare celle qui se remémore ces moments où elle s'est replongée dans ses cours d'œnologie.

Des magasins-écoles

En réalité, ce qui intéresse tout particulièrement Léa Perret, c'est la formation de futurs cavistes. Au fil des années, des stagiaires intègrent une école spécialement conçue pour travailler au sein des enseignes Nicolas et font leurs premières armes dans une boutique du réseau. Le but ? Les préparer à gérer un magasin du groupe.

Pour la jeune femme qui a expérimenté ce format à Cannes, cogérer la boutique située place des Jacobins, estampillée « magasin-école » était donc tout à fait sensé. « *Mon but, c'est vraiment de développer la boutique et le centre de formation en interne,* déclare-t-elle. *La formation, c'est l'avenir, d'autant plus que notre métier a besoin de nouvelles têtes ! C'est difficile de recruter des cavistes...* » Persuadée d'avoir un rôle à jouer dans la formation de ses futurs confrères et consœurs, Léa Perret ne s'imagine pas travailler ailleurs que dans le réseau Nicolas. « *Et puis, ce ne serait tout simplement pas possible de payer un emplacement comme celui-ci si j'étais indépendante* », sourit-elle, les yeux rivés sur la célèbre fontaine de la place des Jacobins. ■

Léa Rochon

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7747524600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

L'UNION PAYSANNE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **7985**
Sujet du média : **Agroalimentaire-Agriculture**

Edition : **16 decembre 2022**
P.28
Journalistes : **Léa Rochon**
Nombre de mots : **644**

DÉCOUVRIR

METIER. En octobre, Léa Perret a remporté la première place du concours du meilleur jeune caviste de France, réservé aux professionnels de moins de 30 ans. Une étape de plus dans le parcours déjà bien rempli de la jeune femme originaire du Bugey (Ain) et cogérante de l'enseigne Nicolas, place des Jacobins à Lyon.

La meilleure jeune caviste de France 2022 est Lyonnaise

Léa Perret, meilleure jeune caviste de France en 2022

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 2847524600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Elle s'était promis de gérer un magasin digne de ce nom avant ses 30 ans. Finalement, c'est à 26 ans que le souhait de Léa Perret s'est exaucé. Depuis février, la jeune femme, originaire du Bugey, est cogérante de l'enseigne de vins et spiritueux Nicolas, située place des Jacobins, au cœur de Lyon. Un lieu très sentimental pour la jeune femme, puisqu'elle y a effectué son alternance, lors de ses études d'œnologie. En octobre dernier, une nouvelle mention s'est ajoutée à son curriculum vitæ. Léa Perret est devenue lauréate du concours du meilleur jeune caviste de France.

Récompenser les connaissances et le relationnel avec le client

Le coup de coeur de Léa Perret : Altesse de Montagneu

Cette compétition existe depuis 2014 et se déroule tous les deux ans pour récompenser un ou une caviste de moins de 30 ans. « *Les épreuves courent sur dix mois avec plusieurs étapes, explique la jeune passionnée. Parmi les épreuves, il y a notamment un quiz de connaissances, puis un autre plus poussé et une dégustation de vins, bières, spiritueux ou saqué à l'aveugle, cela évolue un peu chaque année, ce n'est pas un concours encore figé comme le Meilleur ouvrier de France en sommellerie.* » Lors de la finale, qui a eu lieu à Avignon, les concurrents font face à un jury de sélection et doivent de nouveau procéder à une dégustation à l'aveugle, puis à une présentation d'un vin. Pour Léa Perret, ce fut une AOC célèbre en Touraine, classé comme un vin blanc tranquille, mousseux et pétillant : un Montlouis-sur-Loire. Outre les connaissances en œnologie, les qualités relationnelles et la capacité à répondre à un client sont tout autant scrutées. « *La dernière épreuve est une simulation de vente : nous avons sept minutes pour comprendre le besoin d'un client, lui faire une proposition et terminer la vente* », détaille la lauréate. La visite d'un client mystère en magasin vient clore ce circuit d'épreuves. Un tel prix a-t-il réellement une influence sur la renommée du magasin ? Selon la jeune caviste, la fréquentation du lieu a augmenté depuis cette

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

annonce. Mais le véritable plus de ce concours est, selon elle, la possibilité de se challenger et de se rencontrer entre confrères et consœurs. « *C'est une expérience qui m'a poussé dans mes retranchements* », déclare celle qui se remémore ces moments où elle s'est replongée dans ses cours d'œnologie.

Une professionnelle très attachée à la formation de ses pairs

En réalité, ce qui intéresse tout particulièrement Léa Perret, c'est la formation de futurs cavistes. Au fil des années, des stagiaires intègrent une école spécialement conçue pour travailler au sein des enseignes Nicolas et font leurs premières armes dans une boutique du réseau. Le but ? Les préparer à gérer un magasin du réseau. Pour la jeune femme qui a expérimenté ce format à Cannes, cogérer la boutique située place des Jacobins, estampillée « magasin-école » était donc tout à fait sensé. « *Mon but, c'est vraiment de développer la boutique et le centre de formation en interne, déclare-t-elle. La formation, c'est l'avenir, d'autant plus que notre métier a besoin de nouvelles têtes ! C'est difficile de recruter des cavistes...* » Persuadée d'avoir un rôle à jouer dans la formation de ses futurs confrères et consœurs, Léa Perret ne s'imagine pas travailler ailleurs que dans le réseau Nicolas. « *Et puis, ce ne serait tout simplement pas possible de payer un emplacement comme celui-ci si j'étais indépendante* », sourit-elle, les yeux rivés sur la célèbre fontaine de la place des Jacobins.

Léa Rochon

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Terre Dauphinoise

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **12000**
Sujet du média : **Agroalimentaire-Agriculture**

Edition : **15 decembre 2022**
P.24
Journalistes : **Léa Rochon**
Nombre de mots : **664**

magazine

Découverte

MÉTIER / En octobre, Léa Perret a remporté la première place du concours du meilleur jeune caviste de France, réservé aux professionnels de moins de 30 ans. Une étape de plus dans le parcours déjà bien rempli de la jeune femme originaire du Bugey (Ain) et cogérante de l'enseigne Nicolas, place des Jacobins à Lyon.

La meilleure jeune caviste de France est Lyonnaise

En octobre, **Léa Perret** a remporté le concours du meilleur jeune caviste de France, qui se déroule tous les deux ans depuis 2014.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5057524600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Terre Dauphinoise

La meilleure jeune caviste de France est Lyonnaise

Edition : **15 décembre 2022 P.24**

Elle s'était promis de gérer un magasin digne de ce nom avant ses 30 ans. Finalement, c'est à 26 ans que le vœu de Léa Perret s'est exaucé. Depuis février, la jeune femme, originaire du Bugey, est cogérante de l'enseigne de vins et spiritueux Nicolas, située place des Jacobins, au cœur de Lyon. Un lieu très sentimental pour la jeune femme, puisqu'elle y a effectué son alternance, lors de ses études d'œnologie. En octobre dernier, une nouvelle mention s'est ajoutée à son curriculum vitæ. Léa Perret est devenue lauréate du concours du meilleur jeune caviste de France 2022.

Ouvert aux moins de 30 ans

Cette compétition existe depuis 2014 et se déroule tous les deux ans pour récompenser un ou une caviste de moins de 30 ans. « *Les épreuves courent sur dix mois avec plusieurs étapes,* explique la jeune passionnée. *Parmi les épreuves, il y a notamment un quiz de connaissances, puis un autre plus poussé et une dégustation de vins, bières, spiritueux ou saké à l'aveugle, cela évolue un peu chaque année. Ce n'est pas un concours encore figé comme le Meilleur ouvrier de France en sommellerie.* » Lors de la finale, qui a lieu à Avignon, les concurrents font face à un jury de sélection et doivent de nouveau procéder à une dégustation à l'aveugle, puis à une présentation d'un vin. Pour Léa Perret, ce fut une AOC célèbre en Touraine, classée comme un vin blanc tranquille, mousseux et pétillant : un montlouis-sur-loire. Outre les connaissances en œnologie, les qualités relationnelles et la capacité à répondre à un client sont tout autant scrutées. « *La dernière épreuve est une simulation de vente : nous avons sept minutes pour comprendre le besoin d'un client, lui faire une proposition et terminer la vente* », détaille la lauréate. La visite d'un client mystère en magasin vient clore ce circuit d'épreuves. Un tel prix a-t-il réellement une influence sur la renommée du magasin ? Selon la jeune caviste, la fréquentation du lieu a augmenté depuis cette annonce. Mais le véritable plus de ce concours est, selon elle, la possibilité de se

« La formation, c'est l'avenir, d'autant plus que notre métier a besoin de nouvelles têtes ! »

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5057524600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

challenger et de se rencontrer entre confrères et consœurs. « *C'est une expérience qui m'a poussée dans mes retranchements* », déclare celle qui se remémore ces moments où elle s'est replongée dans ses cours d'œnologie.

Des magasins-écoles

En réalité, ce qui intéresse tout particulièrement Léa Perret, c'est la formation de futurs cavistes. Au fil des années, des stagiaires intègrent une école spécialement conçue pour travailler au sein des enseignes Nicolas et font leurs premières armes dans une boutique du réseau. Le but ? Les préparer à gérer un magasin du groupe. Pour la jeune femme qui a expérimenté ce format à Cannes, cogérer la boutique située place des Jacobins, estampillée « magasin-école » était donc tout à fait sensé. « *Mon but, c'est vraiment de développer la boutique et le centre de formation en interne*, déclare-t-elle. *La formation, c'est l'avenir, d'autant plus que notre métier a besoin de nouvelles têtes ! C'est difficile de recruter des cavistes...* » Persuadée d'avoir un rôle à jouer dans la formation de ses futurs confrères et consœurs, Léa Perret ne s'imagine pas travailler ailleurs que dans le réseau Nicolas. « *Et puis, ce ne serait tout simplement pas possible de payer un emplacement comme celui-ci si j'étais indépendante* », sourit-elle, les yeux rivés sur la célèbre fontaine de la place des Jacobins. ■

Léa Rochon

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

TOP VINS

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **N.C.**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Novembre - decembre 2022 P.29-30**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **1012**

Léa de 5 à 7

LÉA DE A à Z

Il était tentant d'utiliser le titre de l'un des films les plus connus d'Agnès Varda, Cléo de 5 à 7[1], nous l'avons donc fait pour illustrer l'interview que la nouvelle Meilleure Jeune Caviste de France, Léa Perret, a gentiment bien voulu nous accorder.

TOP VINS - Bonjour Léa, quel est votre métier exactement ?

Léa Perret - *Bonjour, je gère la cave Nicolas, place des Jacobins, dans le 2e arrondissement de Lyon. Je m'occupe de l'accueil des clients, du conseil, du suivi, tout ce qui est gestion de la cave de a à z, je fais également de la formation et de l'encadrement. Je forme donc des futurs cavistes Nicolas et, ensuite, je les place dans des caves de l'enseigne. Tout cela en partenariat avec le service formation. Et je m'occupe aussi de la sélection régionale des caves de l'enseigne qui sont dans la zone Rhône-Alpes, ce qui fait 30-35 caves environ. En parallèle, à titre privé, je fais des prestations à domicile sur des thématiques autour du vin telle l'initiation à la dégustation ou sur des thèmes plus pointus quand le public est plus averti. J'en profite pour préciser que je ne suis pas salariée Nicolas, je suis gérante mandataire non salariée. Si je suis responsable du stock et des ventes, le stock ne m'appartient pas. Mais c'est bien moi qui fais les commandes.*

TOP VINS - Avez-vous la liberté de choisir vos vins dans votre cave ?

Léa Perret - *Il y a une gamme nationale commune à toutes les caves, chez moi, cela représente 80% de mon magasin et nous avons une centrale de référencement très très riche, ce qui nous offre de nombreuses possibilités de commande. En parallèle de cela, nous avons notre gamme locale et régionale avec laquelle j'ai un peu plus de liberté. Elle est commune à toutes les caves situées en Rhône-Alpes. Et comme c'est moi qui fais la sélection, j'ai ce que je veux finalement dans mon magasin.*

TOP VINS - Que va changer ce titre dans votre vie ?

Léa Perret - *Concrètement, cela ne va pas changer grand chose à mon quotidien, il est déjà bien rempli. Toutefois, cela devrait m'amener un peu plus de reconnaissance dans mon métier. De plus, cela offre un visage nouveau au métier de caviste. Concrètement, cela ne peut m'apporter que du plus.*

TOP VINS - Que diriez-vous à un jeune qui désirerai épouser votre métier mais qui hésiterait?

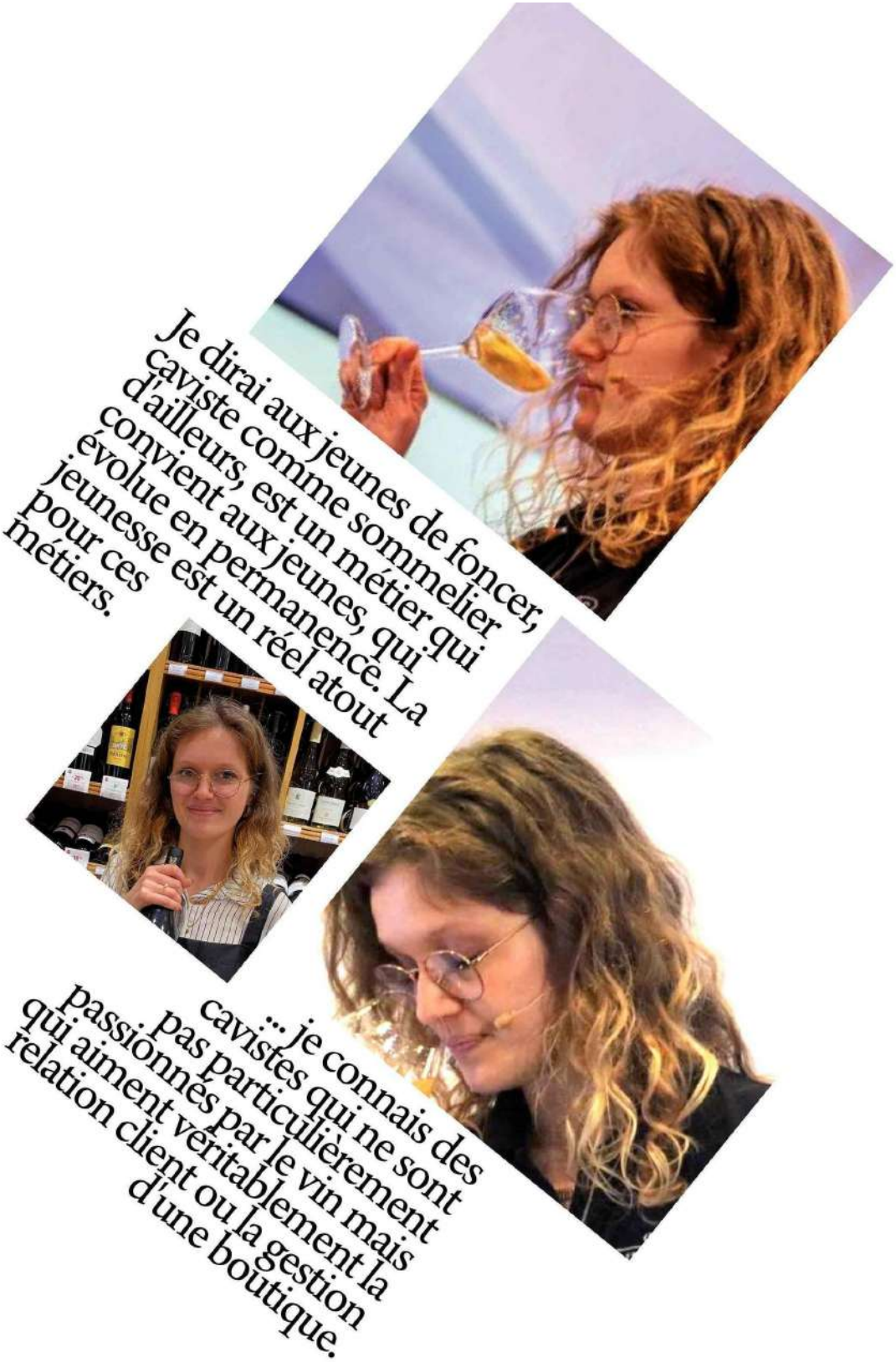
Léa Perret - *Je lui dirai de foncer, caviste comme sommelier d'ailleurs, est un métier qui convient aux jeunes, qui évolue en permanence. La jeunesse est un réel atout pour ces métiers.*

TOP VINS - Faut-il vraiment la passion du vin pour être caviste ?

Léa Perret - *Je pense que c'est important, oui. Toutefois, je connais des cavistes qui ne sont pas particulièrement passionnés par le vin mais qui aiment véritablement la relation client ou la gestion d'une boutique. Mais, c'est important pour moi d'avoir une réelle appétence pour le vin.*

TOP VINS - Léa, comment êtes-vous devenue

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9143724600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

caviste ?

Léa Perret - *Simplement en fait. J'ai fait un BTS en alternance chez Nicolas. Suite à cela, je suis devenue vendeuse caviste chez un indépendant et, de fil en aiguille, je suis devenue gérante indépendante pour retourner plus tard chez Nicolas.*

TOP VINS - Caviste forever ?

Léa Perret - *Pour l'instant, c'est un poste qui me convient et dans lequel je m'épanouis. Mais comme c'est un métier en constante évolution, on ne peut jurer de rien. De plus, caviste, cela englobe beaucoup de choses désormais...*

TOP VINS - Quel sont vos coups de cœur du moment ?

Léa Perret - *J'en ai trois, le premier, c'est l'Altesse de Montagnieu, c'est un vin du Bugey de chez Yves Duport que j'adore, qui est en blanc. C'est vraiment mon coup de cœur depuis plusieurs mois.*

TOP VINS - Quel est son prix ?

Léa Perret - *On est à 11,90 euros. C'est un bon rapport qualité/prix. Le second, c'est le Bouzeron de la Maison Chanzy, une maison située à Puligny-Montrachet.*

TOP VINS - Quel est son prix ?

Léa Perret - *On est à 16,90 euros. C'est un cépage Aligoté. Et le troisième, je dirai un Champagne.*

TOP VINS - Cela nous intéresse, nous avons une rubrique Champagne dans le magazine, lequel ?

Léa Perret - *L'Ayala en Brut Majeur, c'est notre meilleure vente en Champagne. C'est mon Champagne préféré dans cette gamme de prix, 35 euros.*

TOP VINS - Pour revenir au concours de Meilleur Caviste, c'est si difficile que cela, un récent Meilleur Caviste de France me confiait

Si les concours devenaient mondiaux, on aurait peut-être notre Philippe Faure-Brac...

récemment que c'était vraiment ardu ?

Léa Perret - *Je suis d'accord avec lui. Déjà, les épreuves en elles-mêmes sont difficiles mais le fait d'être sur une estrade devant un public rajoute à la difficulté. Ajoutez à cela l'ambiance, le micro, les lumières, c'était compliqué. Mais je suis contente d'y être arrivée. C'est un titre que j'ai à vie. Si je devais repartir pour un tour, ce serait pour le titre de Meilleur Caviste de France.*

TOP VINS - Vous voulez déjà postuler à une succession ?

Léa Perret - *Non, c'est une grande famille que celle des Meilleurs Cavistes de France.*

TOP VINS - Vous diriez que c'est comme la famille des sommeliers ?

Léa Perret - *Je ne la connais pas assez pour pouvoir comparer. Toutefois, j'ai eu l'occasion de rencontrer Philippe Faure-Brac...*

TOP VINS - Vous avez de la chance car c'est un type formidable que l'on aime beaucoup et je ne parle pas du sommelier mais bien de l'homme. Justement, existe t-il chez les cavistes, un Philippe Faure-Brac ?

Léa Perret - *Peut-être pas encore. Philippe Faure-Brac est Meilleur Sommelier du Monde, pour les cavistes, les concours ne sont, pour l'instant, que nationaux. Mais si cela venait à changer, on aura peut-être notre Philippe à nous. Mais on a, bien sûr, nos figures, comme les précédents vainqueurs du concours de Meilleur Caviste de France. Cependant, pour le moment, il n'y en a pas un qui sorte du lot comme Philippe Faure-Brac chez les sommeliers.*

TOP VINS - Combien de références avez-vous dans votre magasin ?

Léa Perret - *À peu près 400 mais nous avons un tout petit magasin²...*

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9143724600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **351**
Sujet du média : **Agroalimentaire-Agriculture**

21 Decembre 2022
Journalistes : **Léa Rochon**
Nombre de mots : **1149**

www.agribourgogne.fr

Visualiser l'article

La meilleure jeune caviste de France 2022 est Lyonnaise

En octobre, Léa Perret a remporté la première place du concours du meilleur jeune caviste de France, réservé aux professionnels de moins de 30 ans. Une étape de plus dans le parcours déjà bien rempli de la jeune femme originaire du Bugey (Ain) et cogérante de l'enseigne Nicolas, place des Jacobins à Lyon.

Léa Perret, meilleure jeune caviste de France 2022.

Elle s'était promis de gérer un magasin digne de ce nom avant ses 30 ans. Finalement, c'est à 26 ans que le souhait de Léa Perret s'est exaucé. Depuis février, la jeune femme, originaire du Bugey, est cogérante de l'enseigne de vins et spiritueux Nicolas, située place des Jacobins, au coeur de Lyon. Un lieu très sentimental pour la jeune femme, puisqu'elle y a effectué son alternance, lors de ses études d'oenologie. En octobre dernier, une nouvelle mention s'est ajoutée à son curriculum vitæ. Léa Perret est devenue lauréate du concours du meilleur jeune caviste de France.

Récompenser les connaissances et le relationnel avec le client

Cette compétition existe depuis 2014 et se déroule tous les deux ans pour récompenser un ou une caviste de moins de 30 ans. *« Les épreuves courent sur dix mois avec plusieurs étapes,* explique la jeune passionnée. *Parmi les épreuves, il y a notamment un quiz de connaissances, puis un autre plus poussé et une dégustation de vins, bières, spiritueux ou saqué à l'aveugle, cela évolue un peu chaque année, ce n'est pas un concours encore figé comme le Meilleur ouvrier de France en sommellerie »* . Lors de la finale, qui a eu lieu à Avignon, les concurrents font face à un jury de sélection et doivent de nouveau procéder à une dégustation à l'aveugle, puis à une présentation d'un vin. Pour Léa Perret, ce fut une AOC célèbre en Touraine, classé comme un vin blanc tranquille, mousseux et pétillant : un Montlouis-sur-Loire. Outre les connaissances en oenologie, les qualités relationnelles et la capacité à répondre à un client sont tout autant scrutées. *« La dernière épreuve est une simulation de vente : nous avons sept minutes pour comprendre le besoin d'un client, lui faire une proposition et terminer la vente »* , détaille la lauréate. La visite d'un client mystère en magasin vient clore ce circuit d'épreuves. Un tel prix a-t-il

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

réellement une influence sur la renommée du magasin ? Selon la jeune caviste, la fréquentation du lieu a augmenté depuis cette annonce. Mais le véritable plus de ce concours est, selon elle, la possibilité de se challenger et de se rencontrer entre confrères et consoeurs. *« C'est une expérience qui m'a poussé dans mes retranchements »* , déclare celle qui se remémore ces moments où elle s'est replongée dans ses cours d'oenologie.

Une professionnelle très attachée à la formation de ses pairs

En réalité, ce qui intéresse tout particulièrement Léa Perret, c'est la formation de futurs cavistes. Au fil des années, des stagiaires intègrent une école spécialement conçue pour travailler au sein des enseignes Nicolas et font leurs premières armes dans une boutique du réseau. Le but ? Les préparer à gérer un magasin du réseau.

Pour la jeune femme qui a expérimenté ce format à Cannes, cogérer la boutique située place des Jacobins, estampillée *« magasin-école »* était donc tout à fait sensé. *« Mon but, c'est vraiment de développer la boutique et le centre de formation en interne,* déclare-t-elle. *La formation, c'est l'avenir, d'autant plus que notre métier a besoin de nouvelles têtes ! C'est difficile de recruter des cavistes... »* . Persuadée d'avoir un rôle à jouer dans la formation de ses futurs confrères et consoeurs, Léa Perret ne s'imagine pas travailler ailleurs que dans le réseau Nicolas. *« Et puis, ce ne serait tout simplement pas possible de payer un emplacement comme celui-ci si j'étais indépendante »* , sourit-elle, les yeux rivés sur la célèbre fontaine de la place des Jacobins.

L'altesse de Montagnieu de la maison Yves Duport (Ain).

Coup de coeur // Le Bugey dans le coeur et dans le verre

Au coeur de sa petite boutique lyonnaise, la jeune femme native du Bugey l'affiche fièrement. Sur les étals, l'altesse de Montagnieu 2021 de la maison Yves Duport (Ain) est agrémenté d'une mention *« Coup de coeur »* . *« On peut l'imaginer avec des poulardes de Bresse et une crème aux champignons »* , note la jeune caviste. Un blanc idéal pour accompagner un dimanche en famille, mais également lors des fêtes de fin d'année.

Mais selon Léa Perret, la clé d'un accord met et boisson réussi, c'est de sortir des sentiers battus et de ses habitudes. *« Il est possible de prendre un champagne pour l'apéritif, mais aussi pour les fruits de mer, et de faire un accord vin blanc et vin rouge pour le plat... Je conseille d'adopter un vin pour plusieurs plats, ou de boire du vin non sucré pour le foie gras et de proposer avec un vin sucré pour les desserts »* , poursuit-elle, en évoquant l'exemple d'un cru saint amour pour agrémenter un fondant au chocolat. *« Souvent, nous n'y pensons pas, pourtant c'est un accord qui marche très bien, il ne faut surtout pas hésiter à essayer de nouvelles choses ! ».*

De plus en plus de visages féminins dans le monde du vin

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Il y a encore quelques années, voir des femmes d'une trentaine d'années accéder à la tête de domaines était un fait rare. Heureusement, cette tendance est en train d'évoluer. *« Au coeur des vignes, dans le chai ou en commerce, nous voyons de plus en plus de visages féminins,* affirme Juliette Théry, directrice commerciale de Cavissima. *Il y a quelques années, les propriétaires de domaines n'auraient pas forcément pensé à léguer leur domaine à leurs filles, mais à présent, ce n'est plus vraiment réservé aux hommes : les femmes prennent leur place »* . Bien que ces dernières soient plus présentes sur les volets du marketing et de la communication, travailler la vigne ne leur fait absolument pas peur. Cette augmentation de salariées féminines se retrouve également au sein du réseau des magasins Nicolas. Il y a quinze ans, le nombre de femmes gérantes d'une enseigne était proche de zéro. Au 31 octobre dernier, elles étaient 119 femmes à occuper ce poste, où les hommes restent malgré tout majoritaires (569).

L'enseigne Nicolas, véritable mastodonte de la vente de vins.

Nicolas... en chiffres

• **1822** : la date de la première enseigne ouverte à Paris.
• **500** : le nombre de boutiques en France.
• **10** : le nombre de « magasins-écoles » répartis en France.
• **50 à 80** : le nombre de stagiaires cavistes formés par an dans ces magasins-écoles.
• **10** : le nombre de pays où des enseignes Nicolas sont implantées, dont Taïwan, Madagascar, le Bénin, le Liban, le Maroc, l'Espagne, la Roumanie, la Belgique, l'Angleterre et la Suisse.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 368067469
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LE RÉVEIL LOZERE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **6388**
Sujet du média :
Agroalimentaire-Agriculture

Edition : **22 decembre 2022**
P.16
Journalistes : **LÉA ROCHON**
Nombre de mots : **849**

Magazine

Léa Rochon

La meilleure jeune caviste de France 2022 est Lyonnaise

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5061824600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

LE RÉVEIL LOZERE

La meilleure jeune caviste de France 2022 est Lyonnaise

Edition : **22 decembre 2022 P.16**

En octobre, Léa Perret a remporté la première place du concours du meilleur jeune caviste de France, réservé aux professionnels de moins de 30 ans. Une étape de plus dans le parcours déjà bien rempli de la jeune femme originaire du Bugey (Ain).

Elle s'était promis de gérer un magasin digne de ce nom avant ses 30 ans. Finalement, c'est à 26 ans que le souhait de Léa Perret s'est exaucé. Depuis février, la jeune femme, originaire du Bugey, est cogérante de l'enseigne de vins et spiritueux Nicolas, située place des Jacobins, au cœur de Lyon. Un lieu très sentimental pour la caviste, puisqu'elle y a effectué son alternance lors de ses études d'œnologie. En octobre dernier, une nouvelle mention s'est ajoutée à son curriculum vitæ. Léa Perret est devenue lauréate du concours du meilleur jeune caviste de France.

Cette compétition existe depuis 2014 et se déroule tous les deux ans pour récompenser un ou une caviste de moins de 30 ans. « Les épreuves courent sur dix mois avec plusieurs étapes, explique la jeune passionnée. Parmi les épreuves, il y a notamment un quiz de connaissances, puis un autre plus poussé et une dégustation de vins, bières, spiritueux ou saké à l'aveugle, cela évolue un peu chaque année, ce n'est pas un concours encore figé comme le Meilleur ouvrier de France en sommellerie. »

Récompenser les connaissances et le relationnel avec le client

Lors de la finale, qui a eu lieu à Avignon, les concurrents font face à un jury de sélection et doivent de nouveau procéder à une dégustation à l'aveugle, puis à une présentation d'un vin. Pour Léa Perret, ce fut une AOC célèbre en Touraine, classé comme un vin blanc tranquille, mousseux et pétillant : un Montlouis-sur-Loire. Outre les connaissances en œnologie, les qualités relationnelles et la capacité à répondre à un client sont tout autant scrutées. « La dernière épreuve est une simulation de vente : nous avons sept minutes pour comprendre le besoin d'un client, lui faire une proposition et terminer la vente », détaille la lauréate. La visite d'un client mystère en magasin vient clore ce circuit d'épreuves. Un tel prix a-t-il réellement une influence sur la renommée du magasin ? Selon la jeune caviste, la fréquentation du lieu a augmenté depuis cette annonce. Mais le véritable plus de ce concours est, selon elle, la possibilité de se challenger et de se rencontrer entre confrères et consœurs. « C'est une expérience qui m'a poussé dans mes retranchements », déclare celle qui se remémore ces moments où elle s'est replongée dans ses cours d'œnologie.

Une professionnelle très attachée à la formation de ses pairs

En réalité, ce qui intéresse tout particulièrement Léa Perret, c'est la formation de futurs cavistes. Au fil des années, des stagiaires

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5061824600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

intègrent une école spécialement conçue pour travailler au sein des enseignes Nicolas et font leurs premières armes dans une boutique du réseau. Le but ? Les préparer à gérer un magasin du réseau.

Pour la jeune femme qui a expérimenté ce format à Cannes, cogérer la boutique située place des Jacobins, estampillée « magasin-école » était donc tout à fait sensé. « Mon but, c'est vraiment de développer la boutique et le centre de formation en interne, déclare-t-elle. La formation, c'est l'avenir, d'autant plus que notre métier a besoin de nouvelles têtes ! C'est difficile de recruter des cavistes… » Persuadée d'avoir un rôle à jouer dans la formation de ses futurs confrères et consœurs, Léa Perret ne s'imagine pas travailler ailleurs que dans le réseau Nicolas. « Et puis, ce ne serait tout simplement pas possible de payer un emplacement comme celui-ci si j'étais indépendante », sourit-elle, les yeux rivés sur la célèbre fontaine de la place des Jacobins.

LÉA ROCHON

Le Bugey dans le cœur et dans le verre

Au cœur de sa petite boutique, place des Jacobins à Lyon, la jeune femme native du Bugey l'affiche fièrement. Sur les étals, l'altesse de Montagnieu 2021 de la maison Yves Duport (Ain) est agrémenté d'une mention « Coup de cœur ». « On peut l'imaginer avec des poulardes de Bresse et une crème aux champignons », note la jeune caviste. Un blanc idéal pour accompagner un dimanche en famille, en somme, mais également lors des fêtes de fin d'année.

Mais selon Léa Perret, la clé d'un accord met et boisson réussi, c'est de sortir des sentiers battus et de ses habitudes. « Il est possible de prendre un champagne pour l'apéritif, mais aussi pour les fruits de mer, et de faire un accord vin blanc et vin rouge pour le plat… Je conseille d'adopter un vin pour plusieurs plats, ou de boire du vin non sucré pour le foie gras et de proposer un vin sucré pour les desserts », poursuit-elle, en évoquant l'exemple d'un cru Saint-Amour pour agrémenter un fondant au chocolat. « Souvent, nous n'y pensons pas, pourtant c'est un accord qui marche très bien, il ne faut surtout pas hésiter à essayer de nouvelles choses ! »

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5061824600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

RÉUSSIR TERRES de Bourgogne

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **19422**
Sujet du média : **Agroalimentaire-Agriculture**

Edition : **23 décembre 2022 P.40**
Journalistes : **Léa Rochon**
Nombre de mots : **1133**

PORTRAIT

// MÉTIER

La meilleure jeune caviste de France 2022 est Lyonnaise

En octobre, Léa Perret a remporté la première place du concours du meilleur jeune caviste de France, réservé aux professionnels de moins de 30 ans. Une étape de plus dans le parcours déjà bien rempli de la jeune femme originaire du Bugey (Ain) et cogérante de l'enseigne Nicolas, place des Jacobins à Lyon.

Léa Perret, meilleure jeune caviste de France 2022.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0732034600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Elle s'était promis de gérer un magasin digne de ce nom avant ses 30 ans. Finalement, c'est à 26 ans que le souhait de Léa Perret s'est exaucé. Depuis février, la jeune femme, originaire du Bugey, est cogérante de l'enseigne de vins et spiritueux Nicolas, située place des Jacobins, au cœur de Lyon. Un lieu très sentimental pour la jeune femme, puisqu'elle y a effectué son alternance, lors de ses études d'œnologie. En octobre dernier, une nouvelle mention s'est ajoutée à son curriculum vitæ. Léa Perret est devenue lauréate du concours du meilleur jeune caviste de France.

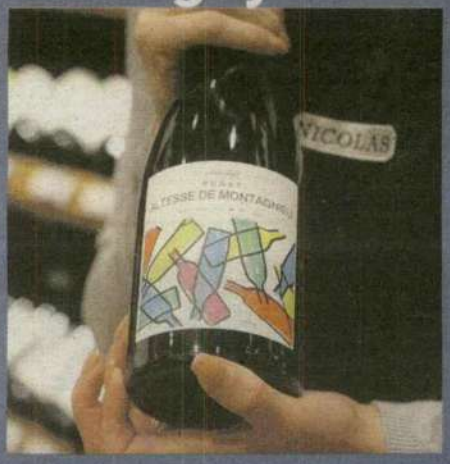
Récompenser les connaissances et le relationnel avec le client

Cette compétition existe depuis 2014 et se déroule tous les deux ans pour récompenser un ou une caviste de moins de 30 ans. *« Les épreuves courent sur dix mois avec plusieurs étapes,* explique la jeune passionnée. *Parmi les épreuves, il y a notamment un quiz de connaissances, puis un autre plus poussé et une dégustation de vins, bières, spiritueux ou saké à l'aveugle, cela évolue un peu chaque année, ce n'est pas un concours encore figé comme le Meilleur ouvrier de France en sommellerie ».* Lors de la finale, qui a eu lieu à Avignon, les concurrents font face à un jury de sélection et doivent de nouveau procéder à une dégustation à l'aveugle, puis à une présentation d'un vin. Pour Léa Perret, ce fut une AOC célèbre en Touraine, classée comme un vin blanc tranquille, mousseux et pétillant : un Montlouis-sur-Loire. Outre les connaissances en œnologie, les qualités relationnelles et la capacité à répondre à un client sont tout autant scrutées. *« La dernière épreuve est une simulation de vente : nous avons sept minutes pour comprendre le besoin d'un client, lui faire une proposition et terminer la vente »,* détaille la lauréate. La visite d'un client mystère en magasin vient clore ce circuit d'épreuves. Un tel prix a-t-il réellement une influence sur la renommée du magasin ? Selon la jeune caviste, la fréquentation du lieu a augmenté depuis cette annonce. Mais le véritable plus de ce concours est, selon elle, la possibilité de se challenger et de se rencontrer entre confrères et consœurs. *« C'est une expérience qui m'a poussé dans mes retranchements »,* déclare celle qui se remémore ces moments où elle s'est replongée dans ses cours d'œnologie.

Une professionnelle très attachée à la formation de ses pairs

En réalité, ce qui intéresse tout particulièrement Léa Perret, c'est la formation de futurs cavistes. Au fil des années,

Coup de cœur
Le Bugey dans le cœur et dans le verre



Au cœur de sa petite boutique lyonnaise, la jeune femme native du Bugey l'affiche fièrement. Sur les étals, l'altesse de Montagnieu 2021 de la maison Yves Duport (Ain) est agrémenté d'une mention *« Coup de cœur ». « On peut l'imaginer avec des poulardes de Bresse et une crème aux champignons »,* note la jeune caviste. Un blanc idéal pour accompagner un dimanche en famille, mais également lors des fêtes de fin d'année.
Mais selon Léa Perret, la clé d'un accord met et boisson réussi, c'est de sortir des sentiers battus et de ses habitudes. *« Il est possible de prendre un champagne pour l'apéritif, mais aussi pour les fruits de mer, et de faire un accord vin blanc et vin rouge pour le plat... Je conseille d'adopter un vin pour plusieurs plats, ou de boire du vin non sucré pour le foie gras et de proposer avec un vin sucré pour les desserts »,* poursuit-elle, en évoquant l'exemple d'un cru saint-amour pour agrémenter un fondant au chocolat. *« Souvent, nous n'y pensons pas, pourtant c'est un accord qui marche très bien, il ne faut surtout pas hésiter à essayer de nouvelles choses ! ».*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

L'EST agricole et viticole

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **31939**
Sujet du média : **Agroalimentaire-Agriculture**

Edition : **30 decembre 2022**
P.18
Journalistes : **Léa Rochon**
Nombre de mots : **1164**

Métier

La meilleure jeune caviste de France 2022 est Lyonnaise

En octobre, Léa Perret a remporté la première place du concours du meilleur jeune caviste de France, réservé aux professionnels de moins de 30 ans. Une étape de plus dans le parcours déjà bien rempli de la jeune femme originaire du Bugey (Ain) et cogérante de l'enseigne Nicolas, place des Jacobins à Lyon.

Elle s'était promis de gérer un magasin digne de ce nom avant ses 30 ans. Finalement, c'est à 26 ans que le souhait de Léa Perret s'est exaucé. Depuis février, la jeune femme, originaire du Bugey, est cogérante de l'enseigne de vins et spiritueux Nicolas, située place des Jacobins, au cœur de Lyon. Un lieu très sentimental pour la jeune femme, puisqu'elle y a effectué son alternance, lors de ses études d'œnologie. En octobre dernier, une nouvelle mention s'est ajoutée à son curriculum vitae. Léa Perret est devenue lauréate du concours du meilleur jeune caviste de France.

Léa Perret a remporté la première place du concours du meilleur jeune caviste de France, réservé aux professionnels de moins de 30 ans. © Léa Rochon

Récompenser les connaissances et le relationnel avec le client

Cette compétition existe depuis 2014 et se déroule tous les deux ans pour récompenser un ou une caviste de moins de 30 ans. « Les épreuves courent sur dix mois avec plusieurs étapes, explique la jeune passionnée. Parmi les épreuves, il y a notamment un quiz de connaissances, puis un autre plus poussé et une dégustation de vins, bières, spiritueux ou saké à l'aveugle, cela évolue un peu chaque année, ce n'est pas un concours encore figé comme le Meilleur ouvrier de France en sommellerie. » Lors de la finale, qui a eu lieu à Avignon, les concurrents font face à un jury de sélection et doivent de nouveau procéder à une dégustation à l'aveugle, puis à une présentation d'un vin. Pour Léa Perret, ce fut une AOC célèbre en Touraine, classé comme un vin blanc tranquille, mousseux et pétillant : un Montlouis-sur-Loire.

Outre les connaissances en œnologie, les qualités relationnelles et la capacité à répondre à un client sont tout autant scrutées. « La dernière épreuve est une simulation de vente : nous avons sept minutes pour comprendre le besoin d'un client, lui faire une proposition et terminer la vente », détaille la lauréate. La visite d'un client mystère en magasin vient clore ce circuit d'épreuves. Un tel prix a-t-il réellement une influence sur la renommée du magasin ? Selon la jeune caviste, la fréquentation du lieu a augmenté depuis cette annonce. Mais le véritable plus de ce concours est, selon elle, la possibilité de se challenger et de se rencontrer entre confrères et consœurs. « C'est une expérience qui m'a poussée dans mes retranchements », déclare celle qui se remémore ces moments où elle s'est replongée dans ses cours d'œnologie.

Le Bugey dans le cœur et dans le verre

Au cœur de sa petite boutique, place des Jacobins à Lyon, la jeune femme native du Bugey l'affiche fièrement. Sur les étals, l'altesse de Montagnieu 2021 de la maison Yves Duport (Ain) est agrémentée d'une mention « Coup de cœur ». « On peut l'imaginer avec des poulardes de Bresse et une crème aux champignons », note la jeune caviste. Un blanc idéal pour accompagner un dimanche en famille, en somme, mais également lors des fêtes de fin d'année.

Mais selon Léa Perret, la clé d'un accord met et boisson réussi, c'est de sortir des sentiers battus et de ses habitudes. « Il est possible de prendre un champagne pour l'apéritif, mais aussi pour les fruits de mer, et de faire un accord vin blanc et vin rouge pour le plat… Je conseille d'adopter un vin pour plusieurs plats, ou de boire du vin non sucré pour le foie gras et de proposer un vin sucré pour les desserts », poursuit-elle, en évoquant l'exemple d'un cru saint amour pour agrémenter un fondant au chocolat. « Souvent, nous n'y pensons pas, pourtant c'est un accord qui marche très bien, il ne faut surtout pas hésiter à essayer de nouvelles choses ! »

Sur les étals du magasin cogéré par Léa Perret, l'altesse de Montagnieu 2021 de la maison Yves Duport (Ain) est agrémentée d'une mention « Coup de cœur ».

Une professionnelle très attachée à la formation de ses pairs

En réalité, ce qui intéresse tout particulièrement Léa Perret, c'est la formation de futurs cavistes. Au fil des années, des stagiaires intègrent une école spécialement conçue pour travailler au sein des enseignes Nicolas et font leurs premières armes dans une boutique du réseau. Le but ? Les préparer à en gérer un.

Pour la jeune femme, qui a expérimenté ce format à Cannes, cogérer la boutique située place des Jacobins, estampillée « magasin-école » était donc tout à fait sensé. « Mon but, c'est vraiment de développer la boutique et le centre de formation en interne, déclare-t-elle. La formation, c'est l'avenir, d'autant plus que notre métier a besoin de nouvelles têtes ! C'est difficile de recruter des cavistes… » Persuadée d'avoir un rôle à jouer dans la formation de ses futurs confrères et consœurs, Léa Perret ne s'imagine pas travailler ailleurs que dans le réseau Nicolas. « Et puis, ce ne serait tout simplement pas possible de payer un emplacement comme celui-ci si j'étais indépendante », sourit-elle, les yeux rivés sur la célèbre fontaine de la place des Jacobins.

Léa Rochon

Nicolas, véritable mastodonte de la vente de vins

- **1822** : la première enseigne ouvre à Paris
- **500** : nombre de boutiques en France
- **10** : nombre de « magasins-écoles » répartis en France
- **50 à 80** : nombre de stagiaires cavistes formés par an dans ces magasins-écoles
- **10** : nombre de pays où des enseignes Nicolas sont ouvertes, dont Taïwan, Madagascar, le Bénin, le Liban, le Maroc, l'Espagne, la Roumanie, la Belgique, l'Angleterre et la Suisse

Léa Perret est cogérante de l'enseigne Nicolas, place des Jacobins à Lyon.

De plus en plus de visages féminins dans le monde du vin

Il y a encore quelques années, voir des femmes d'une trentaine d'années accéder à la tête de domaines était un fait rare. Heureusement, cette tendance est en train d'évoluer. « Au cœur des vignes, dans le chai ou en commerce, nous voyons de plus en plus de visages féminins, affirme Juliette Théry, directrice commerciale de Cavissima. Il y a quelques années, les propriétaires de domaines n'auraient pas forcément pensé à léguer leur domaine à leurs filles, mais à présent, ce n'est plus vraiment réservé aux hommes : les femmes prennent leur place. » Bien que ces dernières soient plus présentes sur les volets du marketing et de la communication, travailler la vigne ne leur fait absolument pas peur. Cette augmentation de salariées féminines se retrouve également au sein du réseau des magasins Nicolas. Il y a quinze ans, le nombre de femmes gérantes d'une enseigne était proche de zéro. Au 31 octobre dernier, elles étaient 119 femmes à occuper ce poste, où les hommes restent malgré tout majoritaires (569).

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

NICOLAS CHAMPAGNE

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Web FRA

RÉPUBLIK RETAIL LE MÉDIA

www.republik-retail.fr

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **3584**
Sujet du média : **Economie - Services**

2 Decembre 2022
Journalistes : **Clotilde Chenevoy**
Nombre de mots : **542**

Visualiser l'article

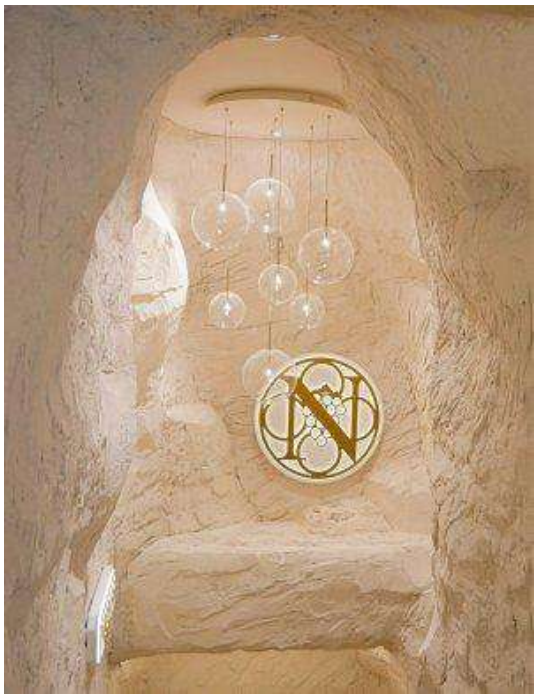
Avec Nicolas Champagne, le caviste inaugure un nouveau concept qui doit séduire l'international

Au-dessus de sa boutique parisienne Place de la Madeleine, Nicolas a inauguré le 2 décembre un nouvel espace dédié au champagne. Une première en France assure l'enseigne qui espère ainsi créer de nouvelles expériences pour ses clients et à l'international.

L'espace dispose d'un large espace pour organiser des animations, aussi en visio. - © Nicolas

Nicolas Champagne, la maison de toutes les maisons. Voici la marque et la signature du nouvel espace que le caviste Nicolas a inauguré jeudi 1 er décembre. Il est situé au 1 er étage de son magasin Place de la Madeleine à Paris et remplace le bar à vins, *« trop loin de notre coeur de métier,* indique Christopher Hermelin, directeur communication et marketing. *Les champagnes et Nicolas, c'est une grande histoire et nous avons une vraie relation affinitaire avec les maisons. Ce lieu est symbolique et nous voulons en faire un espace interactif et digital. »*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



Dès la montée des marches, Nicolas recrée l'ambiance des caves à champagne. - © Nicolas

Nicolas a travaillé l'esthétique de son lieu. Dès la montée des escaliers, le décorum reprend l'esprit des caves de champagne avec un logo créé pour l'occasion. Au sol, du bois clair qui rappelle les caisses. Sur les murs, des bouteilles de champagne sont exposées provenant de 30 Maisons de Champagne.

Les visiteurs pourront également découvrir la cuvée spéciale Nicolas, star du showroom. Elle a été créée pour les 200 ans de l'enseigne avec la coopérative l'Union des Champagnes s'appuyant sur un millésime de 2002. Un bar a aussi été installé pour réaliser des dégustations sur la partie droite, tandis que la partie gauche sert à recevoir et à organiser diverses animations.

Créer des expériences autour du champagne avec les maisons

Sur le volet expérientiel, Nicolas imagine différentes possibilités, *« on est en mode test and learn »* , glisse le directeur communication et marketing. Ainsi, des réflexions sont en cours pour mettre en place des expériences avec des casques de réalité virtuelle ou organiser des live shopping. Mais dans un premier temps, la table haute installée et l'écran géant au mur serviront pour tenir de masterclass. Un service que l'enseigne propose déjà avec le vin mais qu'elle compte étendre aux champagnes. Par ailleurs, tout a été prévu pour pouvoir réaliser des échanges en visioconférence. *« Nous pouvons faire intervenir à distance les Maisons de Champagnes ou inversement échanger avec des acheteurs à l'étranger »,* précise Clément Meynier, gérant caviste du Nicolas Madeleine.

En effet, dans ses ambitions de croissance , l'enseigne souhaite se développer à l'international et le champagne représente un produit attractif. *« Nous allons éprouver le concept en France en testant différentes animations mais nous avons déjà l'ambition d'ouvrir des Nicolas Champagne dans des grandes capitales à l'étranger,* indique Christopher Hermelin. *La plus grosse problématique pour nous est de trouver du foncier. Nous sommes en négociations dans plusieurs villes. »*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

L'autre volet de ce projet est digital. Le directeur marketing souhaite améliorer les parcours omnicanaux pour favoriser les ventes. Quand on sait qu'un client omnicanal dépense toujours plus au sein d'une enseigne, c'est en effet un sujet à ne pas négliger.

Nicolas Champagne

©

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367954707

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LE FIGARO.fr vin

avis-vin.lefigaro.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **162800**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

3 Decembre 2022
Journalistes : **Béatrice Delamotte**
Nombre de mots : **302**

Visualiser l'article

Le caviste Nicolas inaugure un show-room dédié au champagne à Paris, et nous étions à l'ouverture

À l'occasion de son bicentenaire, l'enseigne de caviste a transformé le premier étage de son flag-ship de la Madeleine, à Paris, en vitrine de luxe pour trente grandes maisons de champagne.

Nicolas inaugure un magasin de champagne face à l'église de La Madeleine, à Paris. Nicolas / SDP

Brouhaha de bon ton et champagne à flot, l'inauguration du tout nouveau lieu dédié au champagne marque la célébration du bicentenaire du caviste et souligne les liens étroits entretenus depuis deux siècles avec les principales maisons. D'ailleurs, toutes étaient représentées pour cette soirée qui a permis de découvrir le nouveau look du premier étage du magasin emblématique de Nicolas face à l'église de La Madeleine, à Paris. Plus proche d'une boutique de joaillerie que d'un caviste, ce nouveau concept entend être à la fois une référence, un lieu de rencontres où amateurs de fines bulles, acheteurs et partenaires peuvent exprimer leur goût pour le champagne et profiter d'un concept unique où s'exposent 150 références de 30 maisons de Champagne .

Certes, l'ambiance épurée tranche avec celle plus traditionnelle de la boutique, au rez-de-chaussée, mais les grandes marques (presque) toutes représentées. *«Nous avons voulu ouvrir ce concept-store unique en France pour souligner le lien symbolique de la relation que nous entretenons avec des partenaires de très longue date»* , souligne Christopher Hermelin, responsable marketing et communication de la première enseigne française de caviste. Et pour marquer un peu plus cette ouverture, Nicolas lance également une **cuvée exclusive** , réalisée en partenariat avec la coopérative Union Champagne. Ce blanc de blancs millésime 2002, dosé en extra-brut, associe la fraicheur, la finesse et l'élégance à des notes légèrement toastées.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

msn

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **7348758**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

4 Decembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **251**

www.msn.com

Visualiser l'article

Le caviste Nicolas inaugure un show-room dédié au champagne à Paris, et nous étions à l'ouverture

Brouhaha de bon ton et champagne à flot, l'inauguration du tout nouveau lieu dédié au champagne marque la célébration du bicentenaire du caviste et souligne les liens étroits entretenus depuis deux siècles avec les principales maisons. D'ailleurs, toutes étaient représentées pour cette soirée qui a permis de découvrir le nouveau look du premier étage du magasin emblématique de Nicolas face à l'église de La Madeleine, à Paris. Plus proche d'une boutique de joaillerie que d'un caviste, ce nouveau concept entend être à la fois une référence, un lieu de rencontres où amateurs de fines bulles, acheteurs et partenaires peuvent exprimer leur goût pour le champagne et profiter d'un concept unique où s'exposent 150 références de 30 maisons de Champagne.

Certes, l'ambiance épurée tranche avec celle plus traditionnelle de la boutique, au rez-de-chaussée, mais les grandes marques (presque) toutes représentées. *«Nous avons voulu ouvrir ce concept-store unique en France pour souligner le lien symbolique de la relation que nous entretenons avec des partenaires de très longue date»* , souligne Christopher Hermelin, responsable marketing et communication de la première enseigne française de caviste. Et pour marquer un peu plus cette ouverture, Nicolas lance également une **cuvée exclusive** , réalisée en partenariat avec la coopérative Union Champagne. Ce blanc de blancs millésime 2002, dosé en extra-brut, associe la fraicheur, la finesse et l'élégance à des notes légèrement toastées.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

RayonBoissons

www.rayon-boissons.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **39475**
Sujet du média : **Agroalimentaire-Agriculture**

7 Decembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **249**

Visualiser l'article

Nicolas lance une cave 100 % champagne à Paris

Nicolas vient d'ouvrir « Nicolas Champagne », un nouvel espace dédié au roi des vins en plein coeur de Paris. L'enseigne bi-centenaire, propriété du groupe Castel Frères, met en avant une trentaine de marques au sein de ce concept store phygital.

Nicolas fait sauter le bouchon pour ses 200 ans ! Implanté au 1 er étage de **sa cave au 31 place de la Madeleine dans le 8 ème arrondissement de Paris** , un nouvel espace met en scène l'univers champenois. Lieu de vente mais également espace de dégustation et de réception, **Nicolas Champagne** a pour objet d'offrir aux visiteurs une **expérience immersive** . Côté décor, une allée inspirée des crayères champenoises permet d'accéder aux **115 cuvées issues de 30 maisons de champagne** qui y sont exposées sur les murs, rappelant la rue des champagnes à Reims.

Le concept se définissant comme un lieu de référence pour le champagne, il s'agit de marques prestigieuses telles que **Ruinart, Bollinger, Pommery ou Château Bligny** . Bien-sûr, la signature Nicolas est également représentée avec la cuvée extra-brut blanc de blancs millésimée 2002, élaborée par les oenologues de la maison en partenariat avec **la coopérative Union Champagne** située à Avize (51).

De plus, l'endroit a été conçu pour permettre **des dégustations** avec les producteurs et des **masterclass à distance** pour les

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

clients basés en province ou à l'étranger. Le dispositif offre également la possibilité aux marques qui le souhaitent, une visibilité supplémentaire et éphémère à travers **une présentation digitale** .

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Vitisphere.com

www.vitisphere.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **95992**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

5 Décembre 2022
Journalistes : **Isabelle Bachelard**
Nombre de mots : **384**

Visualiser l'article

Les cavistes Nicolas ouvrent une ambassade du champagne à Paris

Pour clore l'année de son 200ème anniversaire, le réseau de caves transforme l'étage sa boutique parisienne place de la Madeleine en une ambassade du champagne dédiée à la connaissance et à la promotion.

Nicolas ouvre 'la maison de toutes les maisons' dans son magasin de la Madeleine (ouvert le 6 décembre 1988). - crédit photo : Isabelle Bachelard

L

orsque Nicolas a annoncé l'ouverture de *« Nicolas Champagne »* au 31 place de la Madeleine, on a cru qu'il s'agirait d'un nouveau lieu dédié à la vente et surtout à la consommation. Après tout, il n'y a pas de bar à Champagne dans la capitale. En fait *« Nicolas Champagne »* est un lieu de rencontre conçu pour permettre aux amateurs de champagne, acheteurs et partenaires de se retrouver dans un cadre professionnel.

Le lieu se veut une immersion dans le monde du champagne et de ses bulles, qui commence dès l'escalier en donnant l'impression d'entrer dans une crayère de Reims. L'escalier monte vers une sorte d'ambassade des maisons de Champagne partenaires historiques de Nicolas. Elles sont trente à trôner avec plusieurs de leurs cuvées (115 en tout), présentées sous protection transparente comme sur les cimaises d'une galerie d'art. On y découvre la dernière-née, Cuvée Nicolas 2002, élaborée pour les 200 ans avec la cave Union Champagne d'Avize, tirée à 3000 exemplaires (108 € TTC).

Animation, promotion, dégustation

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

« Nicolas Champagne » se veut *« La maison de toutes les maisons »* . Elle offre aux marques de champagne la possibilité d'organiser des dégustations et des marsterclass dans un cadre élégant et lumineux au coeur de Paris, en adéquation avec la noblesse du produit. Trois écrans permettent de diffuser du contenu visuel et même l'animation des séances à distance. Nicolas y assure les conditions techniques de la dégustation. La boutique du rez-de-chaussée et sa cave aux trésors restent inchangées.

La maison Nicolas a depuis 1920 collaboré avec des artistes et illustrateurs pour sa communication et ses catalogues. A l'occasion de ses 200 ans, elle habille la façade de la place de la Madeleine d'une affiche de 250 m2. Signée par la jeune artiste et peintre Léona Rose, elle s'inspire des oeuvres de Cassandre avec lesquelles Nicolas se fit connaître au XXème siècle.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LSA

www.lsa-conso.fr

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **584030**
Sujet du média : **Economie - Services**

8 Decembre 2022
Journalistes : **Sylvie Leboulenger**
Nombre de mots : **496**

Visualiser l'article

Nicolas offre un écrin parisien au champagne

Le caviste **Nicolas** dédie le troisième étage de son flagship, le magasin de la Madeleine (Paris 8) aux maisons de champagne. Un espace qui, au-delà de montrer plus de 100 cuvées de ce vin effervescent, permet des expériences client.

© Nicolas

Ces espace permet d'organiser des animations autour du champagne et des marques présentées ici.

Incroyable mais vrai : il n'existait pas vraiment de magasin dédié aux maisons de champagne à Paris. Le magasin Nicolas de la Madeleine comble ce manque en dédiant un étage à ce vin effervescent. Cette cave, essentiellement fréquentée par des touristes et les entreprises des environs, dispose d'une clientèle naturellement portée sur le champagne, vin, faut-il le rappeler, historiquement doté d'une aura particulière. Direction donc au 3 ème étage du 31 place de la Madeleine (Paris 8), adresse située derrière l'église qui s'impose sur la place du même nom. Rappelons qu'avant le Covid, ce plateau était dédié à la restauration, une activité mise à mal pendant cette pandémie. Eudes Morgan, directeur de Nicolas (groupe Castel), a donc eu l'idée de cesser cette activité de restauration pour la remplacer par un espace dédié au champagne. " *La maison de toutes les maisons"* , est-il indiqué sur le parcours. 30 maisons sont exposées, exclusivement des marques connues comme Krug, Ruinart, Canard-Duchesne, Delamotte, Deutz, Armand de Brignac, etc. Il n'y a, à ce jour, pas de champagnes de vignerons.

Cinq cuvées maison

Les murs de l'escalier qui mène à cet étage ont reçu 2 tonnes de béton pour faire penser aux crayères si typiques de la champagne. Les références sont mises en valeur, chacune installée au mur, dans une niche protégée, un peu comme dans l'univers de la joaillerie ou une galerie d'art. " *Il y a 115 références dont 30 sont exclusives à notre magasin* , détaille Clément Meynier, l'un des 3 gérants-cavistes de ce flagship de l'enseigne. *Les prix vont de 18,5 € à 650 €. Ce sont les références*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

proposées entre 35 et 60 € qui fonctionnent le mieux" . Nicolas propose cinq cuvées à son nom. Des MDD dont l'une a été créée par les oenologues de Nicolas à l'occasion de son bicentenaire. Cet Extra Brut millésimé a été élaboré par la coopérative Union Champagne, au coeur de la Côte des Blancs.

Des animations commentées depuis les vignes ou les caves

Ici, le client ne se sert pas. Il ne fait que regarder. La commande se déroule au rez-de-chaussée, l'espace marchand de ce magasin. Ce 3ème étage est grand : 100 mètres carrés. Un espace suffisamment vaste pour proposer des animations et des dégustations par petits groupes (pas plus de 50). Des écrans sont installés sur plusieurs murs pour pouvoir se connecter en vision avec les maitres de chais des maisons exposées ici. Ainsi, les dégustations peuvent être commentées depuis les vignobles. Une expérience qui devrait beaucoup séduire les touristes qui n'ont pas le temps d'aller à Reims ou à Epernay.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 367984844
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

LSA LA QUOTIDIENNE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **08 decembre 2022**
P.29-30
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **451**

Nicolas offre un écrin parisien au champagne

© Nicolas
Ces espace permet d'organiser des animations autour du champagne et des marques présentées ici.

Incroyable mais vrai : il n'existait pas vraiment de magasin dédié aux maisons de champagne à Paris. Le magasin Nicolas de la Madeleine comble ce manque en dédiant un étage à ce vin effervescent. Cette cave, essentiellement fréquentée par des touristes et les entreprises des environs, dispose d'une clientèle naturellement portée sur le champagne, vin, faut-il le rappeler, historiquement doté d'une aura particulière. Direction donc au 3ème étage du 31 place de la Madeleine (Paris 8), adresse située derrière l'église qui s'impose sur la place du même nom. Rappelons qu'avant le Covid, ce plateau était dédié à la restauration, une activité mise à mal pendant cette pandémie. Eudes Morgan, directeur de Nicolas (groupe Castel), a donc eu l'idée de cesser cette activité de restauration pour la remplacer par un espace dédié au champagne. "*La maison de toutes les maisons*", est-il indiqué sur le parcours. 30 maisons sont exposées, exclusivement des marques connues comme Krug, Ruinart, Canard-Duchesne, Delamotte, Deutz, Armand de Brignac, etc. Il n'y a, à ce jour, pas de champagnes de vignerons.

Cinq cuvées maison

Les murs de l'escalier qui mène à cet étage ont reçu 2 tonnes de béton pour faire penser aux crayères si typiques de la champagne. Les références sont mises en valeur, chacune installée au mur, dans une niche protégée, un peu comme dans l'univers de la joaillerie ou

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

une galerie d'art. "*Il y a 115 références dont 30 sont exclusives à notre magasin*, détaille Clément Meynier, l'un des 3 gérants-cavistes de ce flagship de l'enseigne. *Les prix vont de 18,5 € à 650 €. Ce sont les références proposées entre 35 et 60 € qui fonctionnent le mieux*". Nicolas propose cinq cuvées à son nom. Des MDD dont l'une a été créée par les œnologues de Nicolas à l'occasion de son bicentenaire. Cet Extra Brut millésimé a été élaboré par la coopérative Union Champagne, au coeur de la Côte des Blancs.

Des animations commentées depuis les vignes ou les caves

Ici, le client ne se sert pas. Il ne fait que regarder. La commande se déroule au rez-de-chaussée, l'espace marchand de ce magasin. Ce 3ème étage est grand : 100 mètres carrés. Un espace suffisamment vaste pour proposer des animations et des dégustations par petits groupes (pas plus de 50). Des écrans sont installés sur plusieurs murs pour pouvoir se connecter en vision avec les maitres de chais des maisons exposées ici. Ainsi, les dégustations peuvent être commentées depuis les vignobles. Une expérience qui devrait beaucoup séduire les touristes qui n'ont pas le temps d'aller à Reims ou à Epernay.

Sélectionné **pour vous**

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

VS NEWS

www.vsnews.fr

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **1107**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

9 Decembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **420**

Visualiser l'article

Nicolas Champagne, « concept store » dédié aux champagnes

2022 n'est pas seulement l'année du bicentenaire pour Nicolas, c'est également celle de l'innovation, comme le prouve l'inauguration de Nicolas Champagne. C'est en effet au 1 er étage de sa cave implantée au 31 place de la Madeleine, dans le 8 e arrondissement parisien, jusqu'alors consacré à la restauration, que l'enseigne vient de dévoiler ce nouveau concept. Dans cet espace de 100 m 2 imaginé par l'agence Big Five et réalisé par Béatrice Lemée Boudin, responsable travaux et maintenance de Nicolas entièrement dédié au champagne, 30 maisons champenoises, « *les plus grands noms* », sont au rendez-vous avec pas moins de 155 cuvées, depuis le champagne Malard 1 er cru (PVC : 29,10 €) au Salon « S » 2012 (PVC : 635 €), une majorité d'entre elles se situant entre 30 € et 60 €. Les bouteilles sont exposées sous cloche sur l'ensemble des murs, dans une mise en scène élégante et minimaliste inspirée de l'allée des champagnes à Reims. Ce nouveau lieu, qui a l'ambition de s'imposer comme « *la maison de toutes les maisons* » et qui a la volonté de « *valoriser et promouvoir l'art de vivre à la française* », est également doté d'un espace de dégustation et de réception. Associant le physique et le digital, grâce à trois écrans digitaux et la possibilité d'animer des événements à distance, Nicolas Champagne souhaite offrir une expérience unique et immersive dans le cadre de *master class* ou de dégustations avec les producteurs, sachant que le nombre de convives est limité à 50 personnes pour « *offrir un cadre privilégié et optimal à l'échange* ». Des dégustations animées par un caviste ou un ambassadeur de marque seront en effet organisées tout au long de l'année. Cette inauguration a également été l'occasion pour l'enseigne de dévoiler sa propre cuvée, créée par les oenologues de Nicolas pour son bicentenaire avec la coopérative Union Champagne installée à Avize. Il s'agit d'un blanc de blancs grand cru extra brut millésime 2002 (PVC : 108 €), une édition limitée à 3 000 bouteilles. Pour le moment, Nicolas n'envisage pas de développer Nicolas Champagne, la cave de La Madeleine étant la plus grande du réseau et disposant d'un espace suffisamment important pour accueillir un tel concept. Pour rappel, en plus du 1 er étage, désormais dédié au champagne, elle compte un rez-de-chaussée où l'on trouve l'espace de vente traditionnel, ainsi qu'un sous-sol où est installée une vinothèque qui réunit des grands vins allant de 40 à 5 800 €.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

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

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Du 09 au 15 decembre 2022 P.3**
Journalistes : **Cécile Fortis**
Nombre de mots : **386**

DISTRIBUTION

Nicolas Champagne, « concept store » dédié aux champagnes

FRANCE

C'est au 1er étage de sa cave implantée au 31 place de la Madeleine, dans le 8e arrondissement parisien, jusqu'alors consacré à la restauration, que Nicolas vient de dévoiler ce nouveau concept. Dans cet espace de 100 m² – imaginé par l'agence Big Five et réalisé par Béatrice Lemée Boudin, responsable travaux et maintenance de Nicolas – entièrement dédié au champagne, 30 maisons champenoises, « *les plus grands noms* », sont au rendez-vous avec pas moins de 155 cuvées, depuis le champagne Malard 1er cru (PVC : 29,10 €) au Salon « S » 2012 (PVC : 635 €), une majorité d'entre elles se situant entre 30 € et 60 €. Les bouteilles sont exposées sous cloche sur l'ensemble des murs, dans une mise en scène élégante et minimaliste inspirée de l'allée des champagnes à Reims. Ce nouveau lieu, qui a l'ambition de s'imposer comme « *la maison de toutes les maisons* » et qui a la volonté de « *valoriser et promouvoir l'art de vivre à la française* », est également doté d'un espace de dégustation et de réception. Associant le physique et le digital, grâce à trois écrans digitaux et la possibilité d'animer des événements à distance, Nicolas Champagne souhaite offrir une expérience unique et immersive dans le cadre de *master class* ou de dégustations avec les producteurs, sachant que le nombre de convives est limité à 50 personnes pour « *offrir un cadre privilégié et optimal à l'échange* ». Des dégustations animées par un caviste ou un ambassadeur de marque seront en effet organisées tout au long de l'année. Cette inauguration a également été l'occasion pour l'enseigne de dévoiler sa propre cuvée, créée par les œnologues de Nicolas pour son bicentenaire avec la coopérative Union Champagne installée à Avize. Il s'agit d'un blanc de blancs grand cru extra brut millésime 2002 (PVC : 108 €), une édition limitée à 3000 bouteilles. Pour le moment, Nicolas n'envisage pas de dupliquer Nicolas Champagne. Pour rappel, en plus du 1er étage, désormais dédié au champagne, la cave de La Madeleine compte un rez-de-chaussée où l'on trouve l'espace de vente traditionnel, ainsi qu'un sous-sol où est installée une vinothèque qui réunit des grands vins allant de 40 à 5800 €. ■ ***Cécile Fortis***

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

BULLES & MILLESIMES

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**

Périodicité : **Semestrielle**

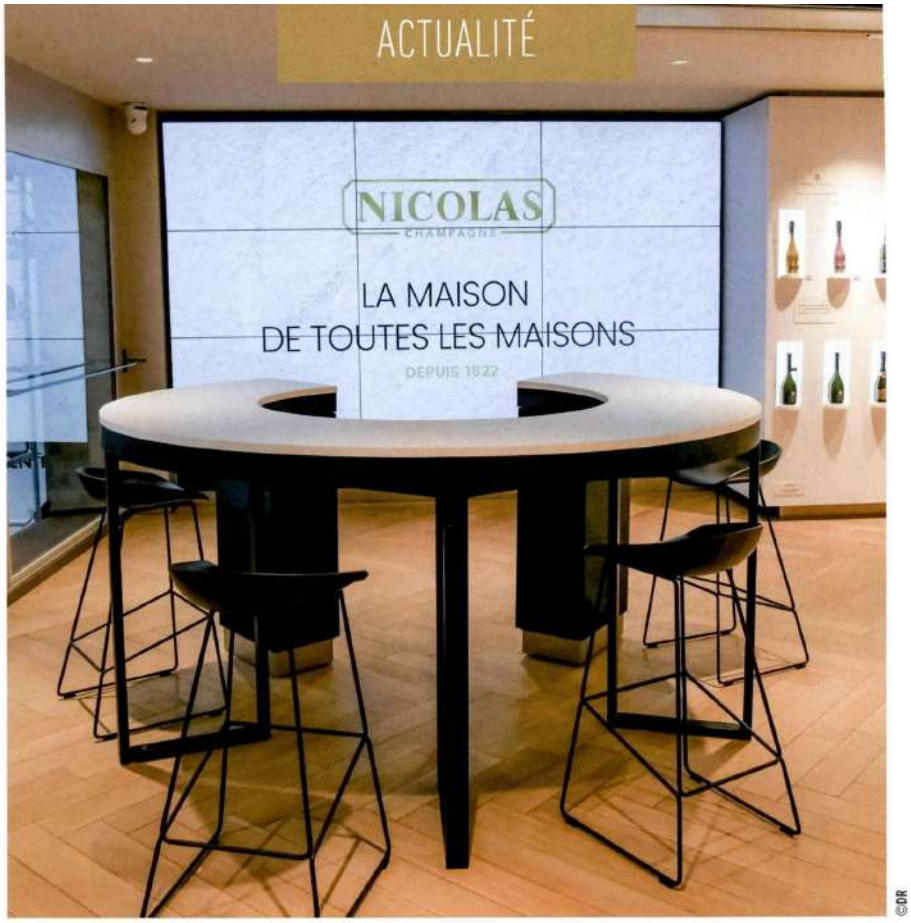
Audience : **31797**

Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

Edition : **Decembre 2022 P.17-18**

Journalistes : **-**

Nombre de mots : **276**



©DR

Nicolas, une *cave* champenoise en plein Paris

Depuis la mi-octobre, la cave Nicolas de la place de la Madeleine propose un espace d'exception, sur un étage entier, dédié au champagne. Dans ce lieu aménagé comme une crayère champenoise et pensé pour ravir les amateurs de fines bulles, un bel outil de promotion de la Champagne.

Le magasin Nicolas de la place de la Madeleine à Paris a toujours tenu une place particulière dans l'histoire de cette entreprise. Cette cave sur trois étages a toujours été un lieu d'expérimentation, de réception et de raffinement. Depuis la mi-octobre, en plus de la boutique traditionnelle, au rez-de-chaussée, et de la vinothèque qui rassemble vins fins et grands crus au sous-sol, elle propose désormais à l'étage un espace prestigieux entièrement dédié à l'univers champagne.

Depuis deux siècles, la maison a accueilli les grandes maisons. Pour recevoir les exceptionnelles productions des jolies marques champenoises l'enseigne a recréé l'ambiance d'une crayère. Dans cet espace somptueux pensé pour les fins amateurs comme les curieux, Nicolas propose notamment des cuvées introuvables ailleurs.

Dans ce showroom champagne, de nombreuses animations devraient voir le jour comme des dégustations avec les producteurs et même à des master-class.

Cet écrin dédié au champagne sera aussi un lieu d'exposition, de soirées et même de dîners, dans un cadre intime, avec jamais plus d'une cinquantaine de convives. Et pour fêter l'anniversaire des dix ans des « Raisins de la Madeleine » – évènement de dégustation resté dans les mémoires, qui s'était tenu sur le péristyle de l'église de la Madeleine –, Nicolas a pour projet d'organiser une fête similaire en 2023, autour du champagne. Gardez donc l'œil ouvert ! ■

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6908524600505

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Date : 06/12/2022

Média : Guidedesgourmands.com

Audience : 1 945 visiteurs uniques par mois

LE GUIDE DES GOURMANDS

L'Actu en direct

< voir les dernières actus

Première boutique Nicolas Champagne

Une cave entièrement dédiée au Champagne

Au 31 place de la Madeleine, la célèbre chaine de cavistes vient d'inaugurer une très élégante et superbe boutique consacrée au vin effervescenet le plus connu au monde : le champagne. En plus des cuvées d'une trentaine de maisons, ce Nicolas Champagne propose un espace de dégustation pour amateurs et professionnels. Espace de réception où les marques peuvent organiser dégustations et masterclasses. Un lieu pour les vrais amateurs !

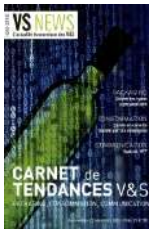
VAL DE LOIRE
VINS DU MONDE
ESPACE CADEAUX
NICOLAS
4 bouteilles = 22€

PRODUITS

Presse écrite FRA

V&S NEWS (HORS-SERIE)

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Irrégulière**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**



Edition : **25 novembre 2022**
P.46-48
Journalistes : **Jean-Michel Peyronnet**
Nombre de mots : **1005**

& ENQUÊTE

LE VIN EN CANETTE BOUDÉ PAR LES ENSEIGNES DE CAVISTES

Sur quatre responsables de réseaux cavistes interrogés par nos soins, trois ont testé le vin en canette avant de jeter l'éponge, Cavavin, V&B et Nicolas. Seul Le Repaire de Bacchus devrait renouveler – et peut-être même amplifier – son offre l'été prochain.

par Jean-Michel Peyronnet

« *Nous ne sommes pas concernés* », lance franchement Samuel Buteau, directeur réseau de **Cavavin**. Certes, le vin en canette y a bien été testé, mais « *on n'a pas senti de véritable demande du marché*, regrette notre interlocuteur. *Il s'agit d'un mode de consommation plutôt anglo-saxon qui concerne avant tout la bière ou les* hard seltzers. » À cela s'ajoute, selon Samuel Buteau, « un *problème éthique* » : l'obligation de passer par un intermédiaire, le metteur en canette, entre le producteur et le distributeur, alourdit le bilan carbone du processus. Bref, le vin en canette, même si le contenant est recyclable, ce n'est pas très écolo et le public n'en veut pas !

Chez **Nicolas**, une canette de rosé du domaine provençal Mirabeau, proposée à 3,50 €, a été testée l'été dernier sur l'ensemble du réseau. Le constat est sans appel : « *Nous avons décidé d'arrêter*, tranche Christopher Hermelin, responsable marketing et communication de l'enseigne. *Nous avions mobilisé le réseau, avec un produit de bonne qualité, mais force est de constater que le marché ne répond pas, on ne sent pas d'em-*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

consommation de vin à ce format-là, plutôt destiné, selon Arnaud Sissac, aux *food trucks, au snacking* et à la GD. « *Si nous devions tenter à nouveau l'expérience, ce serait très saisonnier, plutôt en été avec un rosé* », conclut-il. Mais ce n'est pas inscrit à l'ordre du jour du réseau V&B.

« *Le vin en canette, j'y réfléchis depuis des années* », avoue Paolo Bouca Nova, directeur commercial et achats de la chaîne francilienne **Le Repaire de Bacchus**. L'expérience a donc été tentée l'été dernier, avec un certain succès pour une première. Le rosé bio Solis Lumen, élaboré par le Domaine Montrose en Languedoc, a trouvé son public dans *pathie.* » Bref, pour Christopher Hermelin, le vin en canette n'est pas un produit caviste, « *mais plutôt destiné à la GD* ». Ce professionnel ne croit pas non plus à un supposé engouement de la clientèle plus jeune pour ce contenant. « *La capsule à vis, c'est déjà compliqué, même pour les jeunes, alors la canette... Il est clair que l'emballage dessert le produit, assimilé dans l'inconscient collectif à des produits peu qualitatifs* », estime Christopher Hermelin.

Même constat pour **V&B**, qui cible pourtant une clientèle plutôt jeune, non formatée par l'image du « vin de papa » et *a priori* ouverte aux nouveautés. À l'occasion de la fête des Pères 2021, le réseau a lancé un coffret de trois canettes contenant un blanc sec, un rouge et un rosé, un QR code permettant, par exemple, d'obtenir de façon ludique des informations sur le vigneron, sur le vin lui-même... Le tout pour 9,90 €. « *Cela n'a pas vraiment marché*, reconnaît Arnaud Sissac, directeur des opérations. *Je pense que quand on se rend chez un caviste, c'est pour consommer à la maison ou faire un cadeau. Or, la canette est un mode de consommation nomade qui ne correspond pas à la demande de notre clientèle.* » Même les *millenials*, semble-t-il, n'associent pas la

LES ENSEIGNES DE GMS BOUDENT AUSSI LE VIN EN CANETTE

Présentes de longue date dans les rayons des softs et des bières, les canettes ne semblent pas séduire les amateurs de vin en grande distribution, en tout cas pas pour l'instant. Testée à petite échelle par plusieurs enseignes, cette offre n'a pas du tout fonctionné. Supermarché Match n'en propose pas dans ses gammes de vin, pas plus que Monoprix, ni Auchan qui avait pourtant testé le format lors de ses foires aux vins d'automne en 2021. Intermarché a tenté l'expérience en mai dernier avec 300 canettes proposées au plan national et n'en avait vendu que 30% en juin. « *Il n'y a pas de demande et, du coup, on arrête. Il y a déjà une forte tension sur les approvisionnements en canettes pour les* softs *et les bières qui ont adopté ce conditionnement depuis de longues années, alors il y a peu de chance que le vin s'y mette* », conclut Stéphane Friez, adhérent à Castres (81) et responsable de la catégorie vins d'Intermarché. *F.L.*

© Unsplash - Sigmund RmiRNo

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

« Le Français, toujours un peu romantique, reste réticent face à un contenant pas encore considéré comme très noble. »

Paolo Bouca Nova, directeur commercial et achats de la chaîne francilienne Le Repaire de Bacchus

certains quartiers de Paris et en Île-de-France, plutôt caractérisés par la présence de parcs et espaces où boire l'apéritif, pique-niquer, faire la fête ou assister à un festival de musique… « *C'est un contenant propice à l'apéro, au pique-nique, on ne l'achète pas pour boire chez soi* », souligne Paolo Bouca Nova, qui reconnaît cependant que la demande émanait plutôt d'une clientèle de touristes étrangers. « *Le Français, toujours un peu romantique, reste réticent face à un contenant pas encore considéré comme très noble. Cela n'évoluera pas très vite, mais pour nous, les résultats sont encourageants.* » La canette était mise en avant à 4,70 € dans un panier proche de la caisse et, bien sûr, disponible aussi en version fraîche. Un Bag-in-Box de 3 litres du même vin se trouvait à proximité de la canette, « *deux formats qui correspondent aux mêmes moments de consommation* », rappelle Paolo Bouca Nova. Bref, « *on y est allé sur la pointe des pieds* », mais le résultat s'avère concluant. Au point que, même si rien n'est encore décidé, il est envisagé pour l'été prochain une offre de trois vins frais, deux rosés et un blanc ou deux blancs et un rosé. « *Il faut avoir une gamme pour rassurer, et pas de rouge car le vin en canette restera un produit saisonnier.* » ■

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Bimestrielle**
Audience : **44433**
Sujet du média :
Agroalimentaire-Agriculture

Edition : **Hiver 2022 P.38**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **138**

THEO FABERGÉ CHOISIT LE CHÂTEAU DE BLIGNY EN CHAMPAGNE POUR UNE COLLAB EXCLUSIVE

Les créations Theo Fabergé et le Champagne Château de Bligny s'associent afin de présenter un objet de collection unique: le Champagne Egg. Champagne Château de Bligny. Une alliance entre deux univers de prestige en hommage au centième anniversaire de Theo Fabergé. Cette collaboration en édition limitée met en valeur le savoir-faire de ces deux Maisons et leur engagement respectif pour le luxe et l'excellence. Champagne Egg Creation est un objet d'art façonné par Theo Fabergé et aussi un flacon rare élaboré par le Château de Bligny: deux entités, deux éléments: une pièce de collection pour sceller cette union. L'objet en deux parties représente un œuf Fabergé une fois assemblé. En exclusivité chez Nicolas.

PVC > 5 000 €

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Les Echos Supplément

Famille du média : **PQN**
(Quotidiens nationaux)

Périodicité : **Irrégulière**

Audience : **633000**

Sujet du média : **Banques-Finance**

Page non disponible

Edition : **08 decembre 2022**
P.6,15,15

Journalistes : **Yohan Castaing**

Nombre de mots : **79**

SPÉCIAL VINS DE FÊTE
Les Echos Jeudi 8 décembre 2022

Notre sélection pour les fêtes

Par **Yohan Castaing**

QUINTA DO NOVAL
Tawny port 10 ans
Porto N.M.
Rouge
Que l'on aime les portos en hiver, au coin du feu, sans autre compagnie qu'un bon livre ou une belle conversation. Cette référence portugaise propose un porto de 10 ans d'âge parfaitement abouti avec des notes de fruits frais, de noix, de fleurs et d'épices. Un vrai régal.
35 €
nicolas.com

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Les Echos Supplément

Famille du média : **PQN (Quotidiens nationaux)**

Périodicité : **Irrégulière**

Audience : **633000**

Sujet du média : **Banques-Finance**

Page non disponible

Edition : **08 decembre 2022 P.26**

Journalistes : **Yohan Castaing**

Nombre de mots : **229**

SPÉCIAL VINS DE FÊTE
Jeudi 8 décembre 2022 Les Echos

Le renouveau du champagne Besserat de Bellefon

Ce n'est pas une nouvelle voie, c'est plutôt un second souffle qui est en train de déferler sur la maison Besserat de Bellefon. Créée en 1843, cette belle maison aux étiquettes bleues devenues iconiques et aux initiales B. B., plutôt employées dans le milieu professionnel, connaît un sursaut commercial et marketing depuis l'arrivée, au poste de Présidente, de l'énergique Nathalie Doucet. Depuis le second semestre 2020, cette spécialiste du marketing des spiritueux et des champagnes entreprend de réveiller la belle endormie en capitalisant sur la qualité de ses produits. Depuis 1930, la maison assure produire des bulles 30 % plus fines que les autres grâce à une liqueur de tirage particulière inventée par Victor Besserat. De la pure délicatesse en quelque sorte, comme le prouve le blanc de blancs où s'allient la rondeur et la suavité du chardonnay avec l'élégance des bulles ciselées qui apportent une finale d'une grande fraîcheur. Les amateurs de champagnes à maturité ne seront pas oubliés grâce à la commercialisation des stocks « maisons », comme la cuvée Réserve Collection 1990 qui s'impose par sa grâce et ses fragrances épicées, ses arômes de noisette, de coing et d'autolyse.

DR

Besserat de Bellefon, blanc de blancs, 45 €, nicolas.com

Yohan Castaing

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 6847914600506

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Masculin.com

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **385983**
Sujet du média : **Lifestyle**

8 Decembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3488**

www.masculin.com

Visualiser l'article

Quelle belle bouteille (Whisky, Rhum, Cognac, Vodka, Gin, Armagnac) offrir à Noël ?

Noël approche et beaucoup d'entre nous se demandent quel cadeau vous allez bien pouvoir offrir à vos hôtes, beau-papa, ou ce tonton sympa, qui vous offre toujours un verre quand vous allez chez lui. Voici quelques idées de bonnes bouteilles de spiritueux qui feront le bonheur de tous !

Devons-nous offrir du whisky, du rhum, du gin, un cognac ou de la vodka ? Cela dépend des préférences du destinataire, et pour ne pas faire d'impair, on vous propose une sélection d'une dizaine de bouteilles qui devraient satisfaire les palais les plus exigeants.

- Quel bouteille de whisky offrir à Noël ?
  - Rozelieures Parcellaire Limoneux (Blanche Terres)
  - Suntory Whisky TOKI
  - **Glenmorangie** A Tale of the Forest
  - Glen Moray Rhum Agricole Cask Finish
  - Waterford Heritage Hunter
  - Nikka Single Malt Yoichi Aromatic Yeast
  - Kilchoman Casado Islay Single Malt

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Roku Gin

Nous avions déjà eu l'occasion de déguster ensemble ce Gin Roku sur Masculin issu du Japon, composé de seulement 6 plantes : Fleur et feuille de Sakura, écorce de Yuzu, thé Sencha et Gyokuro et poivre Sansho. Produit à Osaka dans une distillerie du groupe Suntory, Roku (« 6 » en japonais) est un Gin à la fois floral et épicé.

Dégustation : Le nez est délicat et frais, avec des arômes de fleurs de cerisier, d'agrumes et de thé. En bouche, il révèle une texture très douce et de subtiles notes herbacées, avec une agréable finale florale.

Vous pouvez trouver le Roku Gin chez certains cavistes type Nicolas ou sur le site du détaillant en ligne La Maison du Whisky , ou encore Amazon , autour des 35€.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

L'Ardennais

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **222117**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Decembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **438**

www.lardennais.fr

Visualiser l'article

Comment réduire les dépenses pour le repas de Noël tout en se faisant plaisir ?

Avec la flambée des prix, l'heure est aux économies même pendant la période de Noël. Entre foie gras, huîtres ou encore saumon, on vous donne les bonnes astuces pour un repas de fêtes réussi sans se ruiner.

-

« La première astuce, déjà, ça consiste à se fixer un montant maximum par convive. Et puis, n'hésitez pas non plus à demander à chaque convive en ces périodes de crise, pourquoi pas, d'apporter quelque chose, c'est aussi convivial » explique Patricia Chairopoulos, journaliste à 60 millions de consommateurs.

La deuxième astuce vise à réduire les quantités et à les remplacer par d'autres aliments « Par exemple, vous pouvez limiter les tranches de foie gras à 30 ou 40 grammes maxi au lieu de plutôt 50 grammes. Et vous mettez une petite salade à côté ».

Pour éviter la hausse des prix à Noël , prévoyez de faire de vos courses avant en achetant des « produits non-périssables, comme les conserves » explique la journaliste. Vous pouvez également congeler ce que vous achetez à savoir les noix de Saint-Jacques ou les volailles issues des producteurs pour les conserver plus longtemps.

Pour ce qui est du foie gras , il existe des alternatives moins chères et tout aussi bonnes gustativement comme le bloc de foie gras avec des morceaux ou des terrines de poisson ou de gibier.

Crémant et truite fumée

Le saumon fumé, produit incontournable sur la table de Noël, a augmenté entre 10 et 25 centimes d'euros de plus par tranche , indique RTL . Vous pouvez le remplacer par de la truite fumée dont son goût se rapproche fortement de celui du saumon fumé. Vos invités ne verront donc pratiquement aucune différence !

Le caviar peut être remplacé quant à lui par des « oeufs de poisson différents comme la truite, le saumon, lompe, hareng » précise Patricia Chairopoulos.

Enfin, le crémant d'Alsace peut être une bonne alternative au champagne. « Il y a notamment celui de Chez Nicolas qui s'en sort bien ou encore le crémant Wolfberger qui sont très bons et sont au moins deux, trois fois moins chers que le champagne ».

« En dessous de 20 euros, il est quand même compliqué de trouver un bon champagne à part quelques exceptions. Donc c'est vrai que les meilleurs qu'on a trouvés tournent plutôt autour de 25 euros et ce sont des champagnes que l'on trouve en grandes surfaces » ajoute-t-elle.

Des champagnes tel que le champagne Heidsieck & Co Monopole à 24 euros chez Carrefour ou encore le champagne Veuve Emile Grande Réserve à 18 euros sont des bons vins accessibles en termes de prix.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 368006782

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Libération CHAMPAGNE

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **3498**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Decembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **474**

www.liberation-champagne.fr

Visualiser l'article

Comment réduire les dépenses pour le repas de Noël tout en se faisant plaisir ?

Avec la flambée des prix, l'heure est aux économies même pendant la période de Noël. Entre foie gras, huîtres ou encore saumon, on vous donne les bonnes astuces pour un repas de fêtes réussi sans se ruiner.

« La première astuce, déjà, ça consiste à se fixer un montant maximum par convive. Et puis, n'hésitez pas non plus à demander à chaque convive en ces périodes de crise, pourquoi pas, d'apporter quelque chose, c'est aussi convivial » explique Patricia Chairopoulos, journaliste à *60 millions de consommateurs.*

La deuxième astuce vise à réduire les quantités et à les remplacer par d'autres aliments *« Par exemple, vous pouvez limiter les tranches de foie gras à 30 ou 40 grammes maxi au lieu de plutôt 50 grammes. Et vous mettez une petite salade à côté ».*

Pour éviter la hausse des prix à Noël , prévoyez de faire de vos courses avant en achetant des *« produits non-périssables, comme les conserves »* explique la journaliste. Vous pouvez également congeler ce que vous achetez à savoir **les noix de Saint-Jacques ou les volailles issues des producteurs** pour les conserver plus longtemps.

Video:https://www.lunion.fr/id436287/article/2022-12-12/comment-reduire-les-depenses-pour-le-repas-de-noel-tout-en-se-faisant-plaisir
https://www.lunion.fr/id436287/article/2022-12-12/comment-reduire-les-depenses-pour-le-repas-de-noel-tout-en-se-faisant-plaisir

Pour ce qui est du foie gras , il existe des alternatives moins chères et tout aussi bonnes gustativement comme **le bloc de foie gras avec des morceaux ou des terrines de poisson ou de gibier.**

Le saumon fumé, produit incontournable sur la table de Noël, a augmenté **entre 10 et 25 centimes d'euros de plus par tranche** , indique RTL . Vous pouvez le remplacer par de **la truite fumée** dont son goût se rapproche fortement de celui du

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

saumon fumé. Vos invités ne verront donc pratiquement aucune différence !

Le caviar peut être remplacé quant à lui par des *« oeufs de poisson différents comme la truite, le saumon, lompe, hareng »* précise Patricia Chairopoulos.

Enfin, **le crémant d'Alsace** peut être une bonne alternative au champagne. *« Il y a notamment celui de Chez Nicolas qui s'en sort bien ou encore le crémant Wolfberger qui sont très bons et sont au moins deux, trois fois moins chers que le champagne ».*

« En dessous de 20 euros, il est quand même compliqué de trouver un bon champagne à part quelques exceptions. Donc c'est vrai que les meilleurs qu'on a trouvés tournent plutôt autour de 25 euros et ce sont des champagnes que l'on trouve en grandes surfaces » ajoute-t-elle.

Des champagnes tel que **le champagne Heidsieck & Co Monopole à 24 euros chez Carrefour** ou encore **le champagne Veuve Emile Grande Réserve à 18 euros** sont des bons vins accessibles en termes de prix.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

L'union

www.lunion.fr

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **1152255**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

12 Decembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **474**

Visualiser l'article

Comment réduire les dépenses pour le repas de Noël tout en se faisant plaisir ?

Avec la flambée des prix, l'heure est aux économies même pendant la période de Noël. Entre foie gras, huîtres ou encore saumon, on vous donne les bonnes astuces pour un repas de fêtes réussi sans se ruiner.

« La première astuce, déjà, ça consiste à se fixer un montant maximum par convive. Et puis, n'hésitez pas non plus à demander à chaque convive en ces périodes de crise, pourquoi pas, d'apporter quelque chose, c'est aussi convivial » explique Patricia Chairopoulos, journaliste à *60 millions de consommateurs.*

La deuxième astuce vise à réduire les quantités et à les remplacer par d'autres aliments *« Par exemple, vous pouvez limiter les tranches de foie gras à 30 ou 40 grammes maxi au lieu de plutôt 50 grammes. Et vous mettez une petite salade à côté ».*

Pour éviter la hausse des prix à Noël , prévoyez de faire de vos courses avant en achetant des *« produits non-périssables, comme les conserves »* explique la journaliste. Vous pouvez également congeler ce que vous achetez à savoir **les noix de Saint-Jacques ou les volailles issues des producteurs** pour les conserver plus longtemps.

Video:https://www.lunion.fr/id436287/article/2022-12-12/comment-reduire-les-depenses-pour-le-repas-de-noel-tout-en-se-faisant-plaisir
https://www.lunion.fr/id436287/article/2022-12-12/comment-reduire-les-depenses-pour-le-repas-de-noel-tout-en-se-faisant-plaisir

Pour ce qui est du foie gras , il existe des alternatives moins chères et tout aussi bonnes gustativement comme **le bloc de foie gras avec des morceaux ou des terrines de poisson ou de gibier.**

Le saumon fumé, produit incontournable sur la table de Noël, a augmenté **entre 10 et 25 centimes d'euros de plus par tranche** , indique RTL . Vous pouvez le remplacer par de **la truite fumée** dont son goût se rapproche fortement de celui du

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

saumon fumé. Vos invités ne verront donc pratiquement aucune différence !

Le caviar peut être remplacé quant à lui par des *« oeufs de poisson différents comme la truite, le saumon, lompe, hareng »* précise Patricia Chairopoulos.

Enfin, **le crémant d'Alsace** peut être une bonne alternative au champagne. *« Il y a notamment celui de Chez Nicolas qui s'en sort bien ou encore le crémant Wolfberger qui sont très bons et sont au moins deux, trois fois moins chers que le champagne ».*

« En dessous de 20 euros, il est quand même compliqué de trouver un bon champagne à part quelques exceptions. Donc c'est vrai que les meilleurs qu'on a trouvés tournent plutôt autour de 25 euros et ce sont des champagnes que l'on trouve en grandes surfaces » ajoute-t-elle.

Des champagnes tel que **le champagne Heidsieck & Co Monopole à 24 euros chez Carrefour** ou encore **le champagne Veuve Emile Grande Réserve à 18 euros** sont des bons vins accessibles en termes de prix.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Les spiritueux incontournables de Noël 2022

Ils s'apprécient purs et font pour certains le bonheur des mixologues en herbe. Voici notre sélection de rhums, de gins, de vodkas, de whiskies et autres spiritueux à glisser sous le sapin.

Les Gins

Jos'Berri Distillerie Nusbaumer & Deyrolle

Notes dominantes de genièvre et de coriandre combinées à des notes florales et fruitées puis de légères touches d'agrumes et de fruits pour un style floral d'une grande fraîcheur. *Edition limitée 50cl accompagnée d'un tote bag Deyrolle Disponible en ligne, 46,20 €*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Imaginée par George Clooney et Rande Gerber, la Tequila Casamigos Añejo est âgée de 14 mois. Des arômes complexes, purs et raffinés, avec des notes douces de caramel et de vanille. L'équilibre parfait entre la douceur, les notes épicées et boisées provenant de fût de chêne. *Bouteille de 70cl Disponible au Publicis Drugstore, à La Grande Epicerie et sur Amazon, 74 €*

Djebenah Buna, Distillerie Massenez

Une liqueur de Café exceptionnelle, issue de la macération et distillation de grains de café de spécialité, respectueux des hommes et de la nature, sélectionnés en Éthiopie à 2 000 m d'altitude et torréfiés par Vincent Ballot®, Meilleur Ouvrier de France Torréfacteur 2018. *Bouteille de 70cl Disponible en ligne, 19,90 €*

Domaine du Coquerel, Calavados affiné en fût de Bourbon

Un goût unique qui combine à la fois des notes beurrées, des notes épicées et douces. Ce Calvados, vieilli pendant 4 à 8 ans puis affiné pendant plus de 18 mois en fût de Bourbon, est inspiré par l'amour de Pierre Martin Neuhaus pour les Etats-Unis et l'innovation. Une cuvée exceptionnelle puisque c'est le premier Calvados fini en fût de chêne américain. *Bouteille de 70cl Disponible en ligne, 39 €*

Jägermeister Manifest

Travaillée comme un spiritueux d'exception, cette liqueur aux herbes promet une expérience gustative résolument unique à chaque dégustation. Servi sec, légèrement frais ou en long drink avec du ginger ale, Manifest s'apprécie aussi en cocktail. *Bouteille de 50cl Disponible* ***chez Nicolas, 31,40 €***

Esprit de Bière, Brasserie Castelain

Cette cuvée spéciale n°3 est une eau de vie de bière d'exception, distillée et vieillie en fûts de chêne pendant 5 mois pour un spiritueux aromatique, aux notes fruitées, à la belle rondeur en bouche accompagnée d'une jolie fraîcheur florale et des notes épicées en finale. *Bouteille de 70cl Disponible chez les cavistes, 39,90 €*

Encore plus d'inspirations ?

Retrouvez tous les spiritueux de Kiss My Chef ici

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

aufeminin

www.aufeminin.com

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **4187050**
Sujet du média : **Lifestyle**

16 Decembre 2022
Journalistes : **Charlotte Loisy**
Nombre de mots : **363**

Visualiser l'article

Le prix du champagne s'envole : découvrez le crémant, une alternative pas chère pour Noël

© Elva Etienne / Getty Images

Avec l'augmentation des prix du champagne, il est bon de trouver une alternative moins onéreuse pour Noël. Et si vous optiez pour le crémant ?

Entre l'inflation et les problèmes de grippe aviaire, il faudra se montrer ingénieux cette année pour se faire plaisir à Noël. Après vous avoir guidé pour le saumon , vous avoir donné des idées de déco pour votre table une sélection de robes à prix mini ou encore des produits géniaux pour un maquillage de fête , place aux boissons !

Car il n'y a pas que le repas qui importe : que serait un réveillon sans trinquer à minuit avec ses proches ? Et pour trouver une bonne alternative au champagne , le choix classique au moment des fêtes de fin d'année, le magazine 60 Millions de consommateurs a comparé plusieurs marques de crémants . Ce mousseux français peut en effet s'avérer tout aussi bon qu'un champagne. Mais cela dépend bien évidemment de la marque choisie.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

L'association qui aide à mieux consommer et à défendre ses droits a publié dans sa revue un comparatif pour vous aider à choisir. Pas de crémant de Bourgogne, de Die, de Jura, de Bourgogne, de Loire ou du Limoux, 60 Millions de consommateurs axe son test sur le crémant d'Alsace , qui a commercialisé l'année dernière plus de 34 millions de bouteilles.

Crémant : la bonne alternative pour les fêtes

Pour conseiller au mieux les Français, elle a essayé à l'aveugle 10 références de crémants d'Alsace . Leur prix varie entre 5,88 euros et 13,50 euros. Et parmi elles, deux marques sont sorties du lot.

Vous pouvez acheter les yeux fermés la cuvée Muré , vendue chez Nicolas pour un prix de 13,50 euros, et qui obtient une note de 16/20. Et vous pouvez aussi opter pour la cuvée Wolfberger Célébration Unique , vendue en supermarché, comme E.Leclerc ou Auchan, et dans les boutiques spécialisées en spiritueux et en vins. Le crémant à 8,25 euros a quant à lui eu la moyenne de 14/20.

Un bon moyen de se faire plaisir avec un pétillant pour Noël 2022 et le Nouvel An 2023 sans se ruiner !

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

BIBA

www.bibamagazine.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **1109738**
Sujet du média : **Lifestyle, Mode-Beauté-Bien être**

22 Decembre 2022
Journalistes : **EMILIE GILLE**
Nombre de mots : **818**

Visualiser l'article

Repas de Noël : les meilleurs vins moelleux à moins de 20 euros pour accompagner foie gras et desserts

Vous cherchez à accompagner du foie gras et/ou des desserts ? Voici notre sélection de vins moelleux à moins de 20 euros.

5 /9

Le Sauternes

Réserve Mouton Cadet Sauternes / Clos du Ciron

En revanche, un Sauternes est souvent plus cher qu'un Monbazillac. On peut miser sur le Réserve Mouton Cadet Sauternes 2020 du domaine Baron Philippe de Rothschild, vendu 16,75€ la bouteille sur Vinatis, alors qu'elle est habituellement à 23,95€. Au nez, on reconnaît des arômes d'amande, de coing ou encore de sirop d'érable. Chez Nicolas, on recommande la bouteille Clos du Ciron 2016 à 18,90€, avec son nez de chocolat blanc, de fruits jaunes, de pâte de coing puis de cire d'abeille.

Diaporama :
https://www.bibamagazine.fr/lifestyle/cuisine/noel-meilleurs-vins-moelleux-moins-20-euros-276038.html#item=5

Pour un repas de Noël réussi, il faut bien entendu quelques bons petits plats... Et souvent les boissons qui vont avec ! Le vin notamment sublime les mets qu'il accompagne, de l'entrée au dessert. Souvent, pendant les fêtes, on a tendance à boire des vins moelleux, comme par exemple pour accompagner du foie gras ou encore la touche sucrée du repas. Sauternes, Monzabillac, vendanges tardives... Quelles sont les meilleures bouteilles ? Voici notre sélection à moins de 15 euros de vins liquoreux.

Le Monbazillac

Ce vin liquoreux produit en Dordogne est l'un des incontournables de nos tables de Noël. En effet, celui-ci accompagne très bien le foie gras, mais aussi avec des fromages forts en goût comme le roquefort. On peut aussi le boire au dessert, avec des

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

crèmes ou des fruits cuits. En termes de couleur, la sienne est très jaune, presque dorée parfois.

Vidéo:https://www.bibamagazine.fr/lifestyle/cuisine/noel-meilleurs-vins-moelleux-moins-20-euros-276038.html

Mais quelle bouteille choisir ? Sur le site Twil, vous trouverez le Monbazillac de Château Vari, un classique, pour seulement 12,50€. Au nez, on reconnaît l'abricot, la prune et des agrumes. Toujours sur Twil, on peut aussi tenter le Château Grande Maison 2012, à 13€ l'unité, avec ses arômes de fruits à chair blanche comme la pêche et l'abricot.

Le Sauternes

On ne peut pas ne pas parler du Sauternes ! Produit en Gironde, il fait aussi partie des vins liquoreux. Connu pour souvent accompagner les desserts, il se marie aussi très bien avec le foie gras, les crustacés ainsi que les viandes blanches. Il est aussi délicieux quand il est associé à des plats contenant des épices douces comme le safran et le gingembre.

En revanche, un Sauternes est souvent plus cher qu'un Monbazillac. On peut miser sur le Réserve Mouton Cadet Sauternes 2020 du domaine Baron Philippe de Rothschild, vendu 16,75€ la bouteille sur Vinatis, alors qu'elle est habituellement à 23,95€. Au nez, on reconnaît des arômes d'amande, de coing ou encore de sirop d'érable. Chez **Nicolas**, on recommande la bouteille Clos du Ciron 2016 à 18,90€, avec son nez de chocolat blanc, de fruits jaunes, de pâte de coing puis de cire d'abeille.

Le Jurançon

La plupart du temps, on parle du Sauternes et du Monbazillac, mais le Jurançon n'a rien à leur envier ! Produit dans les Pyrénées-Atlantiques, ce vin moelleux a des notes fruitées, mais aussi des arômes de miel, de pêche ou encore de fruits confits. Il accompagne très bien le foie gras, les volailles rôties, les fromages doux comme celui de brebis d'ossau-iraty ainsi que les fromages plus forts comme les bleus.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

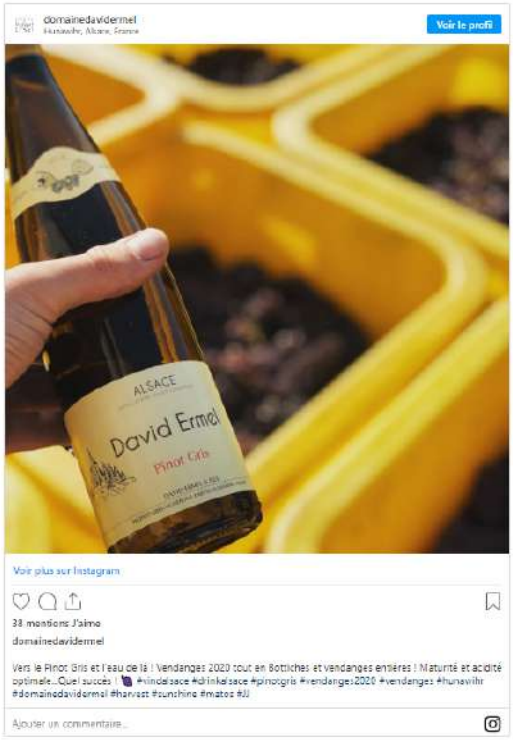
Plus d'articles dans la rubrique cuisine.

Pour aller avec vos mets, on vous recommande le Jurançon Galet d'Or 2020 à 10,50€ sur le site de **Nicolas**. Avec son nez d'agrumes, ses notes de poire fraîche et de fruit de la passion, ce vin saura marquer les esprits à table. En Jurançon, n'hésitez pas non plus à goûter celui du domaine Bordenave, Les copains d'abord moelleux 2019, vendu 9,15€ au lieu de 12,25€ sur le site de Vinatis. Ce vin coup de coeur au Guide Hachette 2022 possède des odeurs de fruits exotiques et de fleurs blanches.

Le pinot gris

En Alsace, on peut miser sur le pinot gris, qui est un cépage autorisé dans les grands crus comme les vendanges tardives ou les grains nobles. Il se marie très bien avec du foie gras, notamment s'il est poêlé, mais aussi avec les viandes blanches et les poissons en sauce. Il va aussi très bien avec les desserts à base de fruits secs.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



En pinot gris, on vous recommande celui du domaine David Ermel aux « arômes « grillés » de fruits mûrs ». Il est vendu 11 euros la bouteille sur le site du producteur. Ne manquez pas on plus le pinot gris 2020 du domaine Christophe Mittnacht, avec des senteurs de mirabelle et poire, de noisettes grillées et de notes fumées. Il est vendu 15 euros sur Mon vin à moi.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

Circuit Bleu - Côté Experts

1 Decembre 2022
Durée de l'extrait : **00:04:58**
Heure de passage : **09h39**
Disponible jusqu'au :
1 Juin 2023

CF **Corentine FELTZ**

Famille du média :
Radios Régionales
Horaire de l'émission :
09:30 - 10:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Lifestyle

Résumé: À l'occasion des fêtes de fin d'année, le caviste Nicolas vend ses crémants à 13 ou 14 euros la bouteille.

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220325886

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

marie france

www.mariefrance.fr

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **2164563**
Sujet du média : **Lifestyle, Mode-Beauté-Bien être**

22 Decembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **581**

Visualiser l'article

Repas de Noël économique : voici la MEILLEURE alternative (moins chère) pour remplacer le champagne, selon 60 Millions de consommateurs

1/7Un bon rapport qualité/prix à NoëlSHUTTERSTOCK

Les fêtes de fin d'année sont là et de nombreuses personnes commencent déjà à investir les rayons des supermarchés et à s'activer en cuisine. C'est officiel : les préparatifs des repas sont lancés ! Cette année plus que jamais, les Français sont en quête de qualité à table, mais aussi de petits prix... L'objectif : se régaler sans se ruiner.

Diaporama:
https://www.mariefrance.fr/actualite/repas-de-noel-economique-voici-la-meilleure-alternative-moins-chere-pour-remplacer-le-champagne-selon-60-millions-de-consommateurs-698888.html

Vendue en supermarché (notamment à Auchan et E.Leclerc), la cuvée Wolfberger Célébration Unique obtient un joli 14/20. Avec son petit prix, 8,25 euros la bouteille, ce crémant a vraiment tout pour plaire ! Il a en tout cas su convaincre le jury de testeurs.

Les fêtes de fin d'année sont là et de nombreuses personnes commencent déjà à investir les rayons des supermarchés et à s'activer en cuisine. C'est officiel : les préparatifs des repas sont lancés ! Cette année plus que jamais, les Français sont en quête de qualité à table, mais aussi de petits prix... L'objectif : se régaler sans se ruiner.

Pour s'assurer de cela, beaucoup choisissent de se tourner vers des alternatives aux produits phares de cette période de l'année. Ces derniers ont l'avantage d'afficher des prix moins élevés, sans forcément s'éloigner du repas de fête rêvé... Enfin, pour cela, encore faut-il miser sur les bons produits !

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

NOËL 2022 : LE CRÉMANT D'ALSACE, IDÉAL POUR REMPLACER LE CHAMPAGNE

Au micro de Nous Voilà Bien !, sur RTL, la journaliste de 60 Millions de consommateurs Patricia Chairopoulos a dévoilé ses meilleures astuces pour faire des économies à l'heure des fêtes. L'experte préconise notamment de remplacer le foie gras par " une terrine de poisson ou de gibier ; le saumon fumé par de la truite fumé ; le caviar par des oeufs d'une autre espèce de poisson...

Pour remplacer le champagne grand indispensable des festivités plusieurs alternatives pétillantes s'offrent également à vous. Dans son dernier numéro, 60 Millions de consommateurs a comparé 10 références de crémants d'Alsace. Verdict : deux d'entre elles se sont démarquées et peuvent rivaliser avec le champagne à table...

Avec leur prix tout doux, les bouteilles en question sauront satisfaire vos convives. L'illusion est parfaite (ou presque) ! Après une dégustation à l'aveugle, un jury de professionnels du vin n'y a vu que du feu. Voici quels sont, selon lui, les meilleurs crémants à avoir à sa table pour accompagner son délicieux repas de Noël.

LA CUVÉE WOLFBERGER CÉLÉBRATION UNIQUE

Vendue en supermarché (notamment à Auchan et E.Leclerc), la cuvée Wolfberger Célébration Unique obtient un joli 14/20. Avec son petit prix, 8,25 euros la bouteille, ce crémant a vraiment tout pour plaire ! Il a en tout cas su convaincre le jury de testeurs.

vidéo:

https://www.mariefrance.fr/actualite/repas-de-noel-economique-voici-la-meilleure-alternative-moins-chere-pour-remplacer-le

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

-champagne-selon-60-millions-de-consommateurs-698888.html

LA CUVÉE MURÉ, VENDUE CHEZ NICOLAS

Pour célébrer comme il se doit les fêtes sans se ruiner, la cuvée Muré, vendue chez le caviste Nicolas au prix de 13,50 euros, est également un très bon choix... Le meilleur même, selon 60 Millions de consommateurs. Cette bouteille obtient l'excellente note de 16/20 et saura se faire une place de choix sur votre table !

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

franceinfo:

Le 7 | 10 Week-end

Résumé: Chronique - Pour certains, un Nouvel An sans un bon Champagne n'est pas un Nouvel An réussi. Chez le caviste Nicolas ou le site Vinatis, il y a des sélections intéressantes pour le réveillon qui sont à prix cassés.

31 Decembre 2022
Durée de l'extrait : **00:02:07**
Heure de passage : **07h22**
Disponible jusqu'au :
1 Juillet 2023

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
07:00 - 10:00
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Actualités-Infos Générales

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220356502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

franceinfo:

www.francetvinfo.fr

Famille du média : **Radios Nationales**
Audience : **16806500**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

31 Decembre 2022
Journalistes : **Fanny Guinochet**
Nombre de mots : **357**

Visualiser l'article

Comment trouver du champagne à un prix abordable ?

Le réveillon de la Saint Sylvestre, c'est ce soir... Pour certains, un nouvel an sans un bon champagne, n'est pas un nouvel an réussi. Mais à condition le plus souvent de ne pas se ruiner !

Pour un réveillon qui pétille sans se ruiner...(Illustration) (MARTIN POOLE / THE IMAGE BANK RF / GETTY IMAGES)

Ne pas payer trop cher le traditionnel champagne du réveillon du jour de l'An, c'est possible. Fanny Guinochet a quelques bons conseils à nous donner.

franceinfo : Comme tous les produits, hélas, cette année, le champagne a augmenté, Fanny ?

Fanny Guinochet : Il a augmenté de 12% sur un an, mais il reste pourtant indissociable des fêtes de fin d'année. Trouver un bon champagne, entre 20 et 25 euros reste possible, mais à condition souvent d'oublier les grandes marques. Déjà en profitant de promotions, par exemple chez Nicolas, ou sur le site Vinatis qui fait des sélections intéressantes pour le réveillon.

En grandes surfaces, vous pouvez aussi trouver de très bons crus, y compris chez des enseignes comme Lidl. *60 Millions de consommateurs* l'a mis dans sa sélection. Nos confrères font tout un dossier sur le champagne avec des bouteilles entre 15 et 25 euros, prises dans des marques de distributeurs, ou des marques de référence.

Enfin, pensez à vous tourner vers les petits producteurs, des vignerons moins connus qui n'ont pas de marketing, de publicité à payer. Vous trouverez des prix plus abordables. Vous pouvez par exemple prendre des conseils sur des sites comme Le petit ballon, qui vous fera des propositions intéressantes, le site Lavinia, 123 champagne. Savour propose aussi des cuvées à moins de 20 euros. Vous avez une sélection.

Une des solutions aussi est de se détourner du champagne ?

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Oui, en prenant un autre vin effervescent, les vins pétillants, des crémants aussi. On dit d'ailleurs souvent " *qu'il vaut mieux un bon crémant, qu'un mauvais champagne* ", et l'avantage, c'est qu'une bouteille de crémant dépasse rarement 20 euros. Les crémant alsaciens par exemple sont délicieux, ou des mousseux de régions, de Bourgogne aussi. De quoi passer un bon réveillon sans se ruiner !

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 368101450

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MAGASINS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Presse écrite FRA

l'ain agricole

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **11778**
Sujet du média :
Agroalimentaire-Agriculture

Edition : **15 decembre 2022**
P.28
Journalistes : **L.R.**
Nombre de mots : **202**

REGARD

De plus en plus de visages féminins dans le monde du vin

Il y a encore quelques années, voir des femmes d'une trentaine d'années accéder à la tête de domaines viticoles était un fait rare. Heureusement, cette tendance est en train d'évoluer. « *Au cœur des vignes, dans le chai ou en commerce, nous voyons de plus en plus de visages féminins*, affirme Juliette Théry, directrice commerciale de Cavissima. *Il y a quelques années, les propriétaires de domaines n'auraient pas forcément pensé à léguer leur domaine à leurs filles, mais à présent, ce n'est plus vraiment réservé aux hommes : les femmes prennent leur place.* » Bien que ces dernières soient plus présentes sur les volets du marketing et de la communication, travailler la vigne ne leur fait absolument pas peur. Cette augmentation de salariées féminines se retrouve également au sein du réseau des magasins Nicolas. Il y a quinze ans, le nombre de femmes gérantes d'une enseigne était proche de zéro. Au 31 octobre dernier, elles étaient 119 femmes à occuper ce poste, où les hommes restent malgré tout majoritaires (569). ■

L.R.

Emma Amsellem prolonge la lignée du domaine Vernay à Condrieu et présente la production lors du célèbre marché aux vins d'Ampuis (Rhône).

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Terre Dauphinoise

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **12000**
Sujet du média : **Agroalimentaire-Agriculture**

Edition : **15 décembre 2022**
P.24
Journalistes : **L.R.**
Nombre de mots : **199**

REGARD

De plus en plus de visages féminins dans le monde du vin

Il y a encore quelques années, voir des femmes trentenaires accéder à la tête de domaines viticoles était un fait rare. Heureusement, cette tendance est en train d'évoluer. « *Au cœur des vignes, dans le chai ou en commerce, nous voyons de plus en plus de visages féminins*, affirme Juliette Théry, directrice des opérations de Cavissima. *Il y a quelques années, les propriétaires n'auraient pas forcément pensé à léguer leur domaine à leurs filles, mais à présent, ce n'est plus vraiment réservé aux hommes : les femmes prennent leur place.* » Bien que ces dernières soient plus présentes sur les volets du marketing et de la communication, travailler la vigne ne leur fait absolument pas peur. Cette augmentation de salariées féminines se retrouve également au sein du réseau des magasins Nicolas. Il y a quinze ans, le nombre de femmes gérantes d'une enseigne était proche de zéro. Au 31 octobre dernier, elles étaient 119 femmes à occuper ce poste, où les hommes restent malgré tout majoritaires (569). ■

L.R.

Emma Amsellem prolonge la lignée du domaine Vernay à Condrieu et présente la production lors du célèbre marché aux vins d'Ampuis (Rhône).

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 2057524600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

L'Ardennais

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **312000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Page non disponible

Edition : **20 decembre 2022 P.22**

Journalistes : **Marie-Amélie Masson**

Nombre de mots : **575**

C'est la ruée chez les cavistes à quelques jours des fêtes

Marie-Amélie Masson Sur la table des Français pour le réveillon, elle trônera toujours: la bouteille de champagne ou celle d'un bon vin dégoté, parfois directement auprès du vigneron, mais souvent chez le caviste du quartier. Ces derniers s'apprêtent d'ailleurs à attaquer la dernière ligne droite d'une saison qui aura été fructueuse. Dans leurs magasins, à quelques jours de Noëlla sonnette d'entrée ne fait que retentir à longueur de journée. «Pendant l'année, je tourne à un peu plus d'une vingtaine de clients par jours, en moyenne. Aujourd'hui, je n'en ai pas moins de cent cinquante!» affirme Eric Fevre, gérant de Millésime et Saveurs à Reims. Pour d'autres, le fait que le 24 décembre tombe un samedi annonce déjà la plus grosse journée de l'année. «Nous attendons plus de trois cents clients, espère Julien Ruault, cogérant de la Cave Nicolas. Cela va être une journée hors-norme!» Les Rémois continuent de se faire plaisir avec une belle cuvée pour les fêtes Julien Ruault, commerçant Plus que la journée, le mois de décembre représente d'énormes bénéfices pour les cavistes. «Ce mois-ci, je remarque une augmentation de 20% de mon chiffre d'affaires, assure Eric Fevre. C'est un secteur qui est très attendu pendant les fêtes.» Par rapport aux autres années, la tendance est pratiquement la même. «Il y a, en effet, quelques personnes qui se tournent de plus en plus vers les belles offres pour économiser un peu, en raison de la crise, mais elle n'est pas si forte que ça chez nous, atteste Julien Ruault. Les Français se font quand même plaisir pour une belle bouteille sur la table!» En plus des Français, les touristes ont aussi signé leurs retours dans leurs magasins. «Ce lundi 19 décembre, mon premier client était américain. Mais sinon, il s'agit de touristes des pays proches qui viennent faire le plein ici, à Reims, observe Julien Ruault. Ils repartent avec de belles cuvées, qu'on ne vend pas spécialement dans l'année, ou avec des cartons de champagne.» Au Millésime et Saveur, c'est le même constat: «Il y a des clients qu'on ne voit que pendant les fêtes.»

Des ruptures de stock sur le champagne

Pour faire face à la vague de clients, les cavistes ont eu besoin de main-d'œuvre dès novembre. La Cave Nicolas a pu compter sur la présence de stagiaires pour renforcer la présence au magasin. Millésime et Saveur a aussi doublé ses effectifs. Avec trois temps pleins, ils ont aussi recruté deux étudiants sur des contrats à durée déterminée. Mais là où les équipes ont particulièrement travaillé, c'est sur la mémoire de leurs papilles. «Nous nous sommes concertés pour se remémorer les dégustations que l'on a pu faire durant l'année pour mieux conseiller les clients ou encore répondre à toutes leurs questions», révèle Eric Fevre. Mais encore faudrait-il avoir les bouteilles souhaitées. Avec plus de 1200 références, le caviste a vu de nombreuses bouteilles de Maisons de Champagne en rupture de stock: «Cela est inédit, en 20 ans de métier, que je n'arrive pas à avoir certaines bouteilles de champagne comme le Bollinger, le Roederer ou encore le Deutz!» En face, pas de grosse rupture annoncée mais le Cave Nicolas remarque quand même de nombreux produits plébiscités qui partent vite. «Nous avons une forte demande pour les bouteilles de Bourgogne ou de la Vallée du Rhône, averti le gérant. Le stock est suffisant pour les produits que nous avons ciblés, normalement.»

0fMvSm_W-6ezn3rBEVTrY3N21Cogbjq526VwRr3gL8NaELeAEQBNtfa4qS_HqX2weNzM5

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

l'union

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **363000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **20 decembre 2022 P.23**

Journalistes : **MARIE-AMÉLIE MASSON**

Nombre de mots : **886**

CONSOMMATION

C'est la ruée chez les cavistes à quelques jours des fêtes

REIMS Dans cette dernière ligne droite avant Noël, les vendeurs de vins sont prêts à accueillir une énième vague de clients venus acheter les bouteilles qui rayonneront au milieu de la table du réveillon. La saison aura été ici fructueuse.

MARIE-AMÉLIE MASSON

Sur la table des Français pour le réveillon, elle trônera toujours : la bouteille de champagne ou celle d'un bon vin dégoté, parfois directement auprès du vigneron, mais souvent chez le caviste du quartier. Ces derniers s'apprêtent d'ailleurs à attaquer la dernière ligne droite d'une saison qui aura été fructueuse.

Dans leurs magasins, à quelques jours de Noëlla sonnette d'entrée ne fait que retentir à longueur de journée. « *Pendant l'année, je tourne à un peu plus d'une vingtaine de clients par jours, en moyenne. Aujourd'hui, je n'en ai pas moins de cent cinquante !* » affirme Éric Fevre, gérant de Millésime et Saveurs à Reims. Pour d'autres, le fait que le 24 décembre tombe un samedi annonce déjà la plus grosse journée de l'année. « *Nous attendons plus de trois cents clients*, espère Julien Ruault, cogérant de la Cave Nicolas. *Cela va être une journée hors-norme !* »

"Les Rémois continuent de se faire plaisir avec une belle cuvée pour les fêtes"
Julien Ruault, commerçant

Plus que la journée, le mois de décembre représente d'énormes bénéfices pour les cavistes. « *Ce mois-ci, je remarque une augmentation de 20 % de mon chiffre d'affaires*, assure Éric Fevre. *C'est un secteur qui est très attendu pendant les fêtes.* » Par rapport aux autres années, la tendance est pratiquement la même. « *Il y a, en effet, quelques personnes qui se tournent de plus en plus vers les belles offres pour économiser un peu, en raison de la crise, mais elle n'est pas si forte que ça chez nous*, atteste Julien Ruault. *Les Français se font quand même plaisir pour une belle bouteille sur la table !* »

En plus des Français, les touristes ont aussi signé leurs retours dans leurs magasins. « *Ce lundi 19 décembre, mon premier client était américain. Mais sinon, il s'agit de touristes des pays proches qui viennent faire le plein ici, à Reims*, observe Julien Ruault. *Ils repartent avec de belles cuvées, qu'on ne vend pas spécialement dans l'année, ou avec des cartons*

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3481724600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

l'union

C'est la ruée chez les cavistes à quelques jours des fêtes

Edition : **20 decembre 2022 P.23**

Les cavistes anticipent les stocks sur les appellations incontournables. M.-A.M.

de champagne. » Au Millésime et Saveur, c'est le même constat : « *Il y a des clients qu'on ne voit que pendant les fêtes.* »

DES RUPTURES DE STOCK SUR LE CHAMPAGNE

Pour faire face à la vague de clients, les cavistes ont eu besoin de main-d'œuvre dès novembre. La Cave Nicolas a pu compter sur la présence de stagiaires pour renforcer la présence au magasin. Millésime et Saveur a aussi doublé ses effectifs. Avec trois temps pleins, ils ont aussi recruté deux étudiants sur des contrats à durée déterminée.

Mais là où les équipes ont particulièrement travaillé, c'est sur la mémoire de leurs papilles. « *Nous nous sommes concertés pour se remémorer les dégustations que l'on a pu faire durant l'année pour mieux conseiller les clients ou encore répondre à toutes leurs questions* », révèle Éric Fevre. Mais encore faudrait-il avoir les bouteilles souhaitées.

Avec plus de 1 200 références, le caviste a vu de nombreuses bouteilles de Maisons de Champagne en rupture de stock : « *Cela est inédit, en 20 ans de métier, que je n'arrive pas à avoir certaines bouteilles de champagne comme le Bollinger, le Roederer ou encore le Deutz !* » En face, pas de grosse rupture annoncée mais le Cave Nicolas remarque quand même de nombreux produits plébiscités qui partent vite. « *Nous avons une forte demande pour les bouteilles de Bourgogne ou de la Vallée du Rhône*, averti le gérant. *Le stock est suffisant pour les produits que nous avons ciblés, normalement.* » ■

L'alcool et la conduite ne font pas bon ménage

Depuis plusieurs années, les associations Prévention routière et Assurance prévention se mobilisent afin d'inciter les Français à anticiper leur retour de réveillon. Pour celui de l'année dernière, leur baromètre avait indiqué que 82,7 % des Français allaient consommer de l'alcool avec une moyenne de 3,6 verres. Avec plusieurs fêtes impactées par les crises sanitaires qui ont occasionné moins de déplacements, on pourrait s'attendre à plus de relâchement cette année.

L'alcool est toujours l'un des principaux facteurs de mortalité sur la route. Le danger est réel : 23,4 % des Français ont déjà vu un convive du réveillon reprendre le volant dans un état alcoolisé. L'étude montrait aussi que seuls 37 % des Français concernés par l'alcool et la conduite avaient prévu des solutions pour rentrer en toute sécurité.

Pour bien rentrer, quelques préventions : attendre une durée suffisante avant de pouvoir prendre le volant (1 à 2 heures par verre d'alcool consommé), dormir sur place afin de ne pas avoir à conduire, désigner un conducteur qui ne boira pas d'alcool au cours de la soirée, limiter sa consommation d'alcool à un verre ou deux au cours de la soirée, tester son niveau d'alcoolémie avec un éthylotest avant de prendre le volant.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3481724600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

L'Ardennais

www.lardennais.fr

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **222117**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

20 Decembre 2022
Journalistes :
Marie-Amélie Masson
Nombre de mots : **652**

Visualiser l'article

C'est la ruée chez les cavistes de Reims à quelques jours des fêtes

Dernière ligne droite avant Noël, les cavistes rémois sont prêts à accueillir une énième vague de clients venus acheter les bouteilles qui rayonneront au milieu de la table du réveillon. La saison aura été ici fructueuse.

Sur la table des Français pour le réveillon, elle trônera toujours : la bouteille de champagne ou celle d'un bon vin dégoté, parfois directement auprès du vigneron, mais souvent chez le caviste du quartier. Ces derniers s'apprêtent d'ailleurs à attaquer la dernière ligne droite d'une saison qui aura été fructueuse.

« Le 24, nous attendons plus de trois cents clients »

Dans leurs magasins, à quelques jours de Noëlla sonnette d'entrée ne fait que retentir à longueur de journée. « Pendant l'année, je tourne à un peu plus d'une vingtaine de clients par jours, en moyenne. Aujourd'hui, je n'en ai pas moins de cent cinquante ! » affirme Éric Fevre, gérant de Millésime et Saveurs à Reims. Pour d'autres, le fait que le 24 décembre tombe un samedi annonce déjà la plus grosse journée de l'année. « Nous attendons plus de trois cents clients , espère Julien Ruault, cogérant de la Cave Nicolas. Cela va être une journée hors-norme ! »

Plus que la journée, le mois de décembre représente d'énormes bénéfices pour les cavistes. « Ce mois-ci, je remarque une augmentation de 20 % de mon chiffre d'affaires , assure Éric Fevre. C'est un secteur qui est très attendu pendant les fêtes. » Par rapport aux autres années, la tendance est pratiquement la même. « Il y a, en effet, quelques personnes qui se tournent de plus en plus vers les belles offres pour économiser un peu, en raison de la crise, mais elle n'est pas si forte que ça chez nous , atteste Julien Ruault. Les Français se font quand même plaisir pour une belle bouteille sur la table ! »

En plus des Français, les touristes ont aussi signé leurs retours dans leurs magasins. « Ce lundi 19 décembre, mon premier client était américain. Mais sinon, il s'agit de touristes des pays proches qui viennent faire le plein ici, à Reims , observe Julien Ruault. Ils repartent avec de belles cuvées, qu'on ne vend pas spécialement dans l'année, ou avec des cartons de champagne. » Au Millésime et Saveur, c'est le même constat : « Il y a des clients qu'on ne voit que pendant les fêtes. »

Des ruptures de stock sur le champagne

Pour faire face à la vague de clients, les cavistes ont eu besoin de main-d'oeuvre dès novembre. **La Cave Nicolas** a pu compter sur la présence de stagiaires pour renforcer la présence au magasin. Millésime et Saveur a aussi doublé ses effectifs. Avec trois temps pleins, ils ont aussi recruté deux étudiants sur des contrats à durée déterminée.

Mais là où les équipes ont particulièrement travaillé, c'est sur la mémoire de leurs papilles. « Nous nous sommes concertés pour se remémorer les dégustations que l'on a pu faire durant l'année pour mieux conseiller les clients ou encore répondre à toutes leurs questions », révèle Éric Fevre. Mais encore faudrait-il avoir les bouteilles souhaitées. Avec plus de 1 200 références, le caviste a vu de nombreuses bouteilles de Maisons de Champagne en rupture de stock : « Cela est inédit, en 20 ans de métier, que je n'arrive pas à avoir certaines bouteilles de champagne comme le Bollinger, le Roederer ou encore le Deutz ! » En face, pas de grosse rupture annoncée mais le Cave Nicolas remarque quand même de nombreux produits plébiscités qui partent vite. « Nous avons une forte demande pour les bouteilles de Bourgogne ou de la Vallée du Rhône , averti le gérant. Le stock est suffisant pour les produits que nous avons ciblés, normalement . »

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Eric Fevre, du Millésime et Saveur, s'attend à plus de 150 clients dans son magasin pour ces derniers jours avant les fêtes. - M.-A.M.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 368058542

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

De plus en plus de visages féminins dans le monde du vin

Il y a encore quelques années, voir des femmes d'une trentaine d'années accéder à la tête de domaines était un fait rare. Heureusement, cette tendance est en train d'évoluer. « *Au cœur des vignes, dans le chai ou en commerce, nous voyons de plus en plus de visages féminins*, affirme Juliette Théry, directrice commerciale de Cavissima. *Il y a quelques années, les propriétaires de domaines n'auraient pas forcément pensé à léguer leur domaine à leurs filles, mais à présent, ce n'est plus vraiment réservé aux hommes : les femmes prennent leur place* ». Bien que ces dernières soient plus présentes sur les volets du marketing et de la communication, travailler la vigne ne leur fait absolument pas peur. Cette augmentation de salariées féminines se retrouve également au sein du réseau des magasins Nicolas. Il y a quinze ans, le nombre de femmes gérantes d'une enseigne était proche de zéro. Au 31 octobre dernier, elles étaient 119 femmes à occuper ce poste, où les hommes restent malgré tout majoritaires (569).

des stagiaires intègrent une école spécialement conçue pour travailler au sein des enseignes Nicolas et font leurs premières armes dans une boutique du réseau. Le but ? Les préparer à gérer un magasin du réseau.

Pour la jeune femme qui a expérimenté ce format à Cannes, cogérer la boutique située place des Jacobins, estampillée « *magasin-école* » était donc tout à fait sensé. « *Mon but, c'est vraiment de développer la boutique et le centre de formation en interne*, déclare-t-elle. *La formation, c'est l'avenir, d'autant plus que notre métier a besoin de nouvelles têtes ! C'est difficile de recruter des cavistes…* ». Persuadée d'avoir un rôle à jouer dans la formation de ses futurs confrères et consœurs, Léa Perret ne s'imagine pas travailler ailleurs que dans le réseau Nicolas. « *Et puis, ce ne serait tout simplement pas possible de payer un emplacement comme celui-ci si j'étais indépendante* », sourit-elle, les yeux rivés sur la célèbre fontaine de la place des Jacobins.

Léa Rochon

Nicolas… en chiffres

- **1822 :** la date de la première enseigne ouverte à Paris.
- **500 :** le nombre de boutiques en France.
- **10 :** le nombre de « magasins-écoles » répartis en France.
- **50 à 80 :** le nombre de stagiaires cavistes formés par an dans ces magasins-écoles.
- **10 :** le nombre de pays où des enseignes Nicolas sont implantées, dont Taïwan, Madagascar, le Bénin, le Liban, le Maroc, l'Espagne, la Roumanie, la Belgique, l'Angleterre et la Suisse.

L'enseigne Nicolas, véritable mastodonte de la vente de vins.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

L'Agriculture Drômoise

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Hebdomadaire**
Audience : **3100**
Sujet du média :
Agroalimentaire-Agriculture

Edition : **08 decembre 2022**
P.24
Journalistes : **L. N.**
Nombre de mots : **204**

REGARD /

De plus en plus de visages féminins dans le monde du vin

Il y a encore quelques années, voir des femmes d'une trentaine d'années accéder à la tête de domaines viticoles était un fait rare. Heureusement, cette tendance est en train d'évoluer. *« Au cœur des vignes, dans le chai ou en commerce, nous voyons de plus en plus de visages féminins,* affirme Juliette Théry, directrice commerciale de Cavissima. *Il y a quelques années, les propriétaires de domaines n'auraient pas forcément pensé à léguer leur domaine à leurs filles, mais à présent, ce n'est plus vraiment réservé aux hommes : les femmes prennent leur place. »* Bien que ces dernières soient plus présentes sur les volets du marketing et de la communication, travailler la vigne ne leur fait absolument pas peur. Cette augmentation de salariées féminines se retrouve également au sein du réseau des magasins Nicolas. Il y a quinze ans, le nombre de femmes gérantes d'une enseigne était proche de zéro. Au 31 octobre dernier, elles étaient 119 femmes à occuper ce poste, où les hommes restent

Emma Amsellem prolonge la lignée du domaine Vernay à Condrieu et présente la production lors du célèbre marché aux vins d'Ampuis (Rhône).

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7212024600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

SECTEUR DU VIN ET DES CAVISTES

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS DEPUIS 1822

Nous prenons soin de vos vins

Web FRA

L'INDEPENDANT

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **3120904**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

6 Décembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **1035**

www.lindependant.fr

Visualiser l'article

Le champagne est sur toutes les lèvres en cette fin d'année

(ETX Daily Up) - Des pétillants naturels à l'incontournable prosecco, voilà plusieurs années que le champagne doit composer avec une autre concurrence à bulles.

Symbole de fête par excellence, le vin des rois n'est plus cet élixir que l'on débouche uniquement pour les grandes occasions. Même s'il sera incontournable à Noël, on vous explique pourquoi certains n'attendront pas pour tremper les lèvres dans une coupe.

Depuis plusieurs générations, une légendaire astuce tente de nous faire avaler qu'une simple petite cuillère insérée dans le goulot d'une bouteille à champagne ouverte garantirait l'effervescence de l'élixir... Pour ceux qui ne croient pas aux recettes de grand-mère, une autre solution existe et son résultat fait déjà des adeptes : depuis la fin d'année dernière, la technologie Coravin a ajouté une version spécialement adaptée aux vins effervescents - et donc au champagne. Flashback. En 2014, un ingénieur américain issu de l'univers médical révolutionnait le service du vin au verre en imaginant un accessoire permettant de remplir un verre sans ôter le bouchon de la bouteille ; un système basé sur une fine aiguille chirurgicale fait remonter le breuvage tandis qu'un gaz neutre permet de combler le vide à l'intérieur et protéger le vin de l'oxydation. Dans le cas du champagne, impossible de transpercer le bouchon compte tenu de la pression. A la place, la société Coravin utilise un bouchon spécifique qui injecte une légère dose de CO2. L'accessoire n'est pas donné (449,99 euros), mais il permet de se verser une petite coupe et de terminer le flacon jusqu'à quatre semaines plus tard.

Un an après, c'est autour du géant de la cave à vin de fournir un équipement exclusivement étudié pour conserver la boisson des rois. En octobre dernier, Eurocave a lancé ce que la marque tricolore estampille comme la toute première cave à champagne au monde. Si en termes de température de conservation Eurocave n'innove pas en proposant un appareil mono-service à température réglable entre 5°C et 12°C, son ergonomie s'adapte davantage à la silhouette des flacons, avec entre autres une clayette sur un plateau tournant en forme de vasque (à partir de 9.990 euros).

Une concurrence féroce

Dans un contexte de repli de la consommation de vin dans sa globalité - 88% des ménages français en achetaient en 2010 contre 83% en 2020 (Kantar FranceAgriMer), ces nouveaux accessoires accompagnent une foule d'actualités qui remettent la boisson de fêtes sur le devant de la scène alors que le breuvage effervescent affronte depuis de nombreuses années différents concurrents. En 2020, millésime qui nous a fait tourner la tête avec ses nombreux confinements, les ventes de champagne à l'export (hors de l'Union européenne) avaient reculé de 21,4%, pour se situer à 66 millions de litres, selon Eurostat. Dans la catégorie effervescente, le vin français a pourtant été le seul à faire les frais de la crise : le prosecco italien a maintenu son succès, avec 205 millions de litres exportés, tandis que le cava espagnol a même osé faire mieux, en augmentant ses ventes de 10%, pour s'établir à 58 millions de litres. Pendant ce temps, des études soulignaient l'intérêt des consommateurs pour d'autres alternatives à bulles, moins coûteuses, à l'image du pétillant naturel distingué comme la tendance bachique de 2022 au Japon et au Canada, selon Wine Trade Monitor et Sopexa.

Un vin qui donne le sourire

Mais il manque un élément à tous ces élixirs, dont seul le champagne peut se vanter. "En plus d'être une référence, il est aussi un symbole. Dans le monde entier, il est perçu comme le vin du bonheur et de la fête par excellence, celui qui préside à tous les moments de célébration et de succès, que ce soit dans la vie familiale et amoureuse, dans les relations internationales et professionnelles, ou même dans le domaine sportif", indiquait le président d'honneur de la maison Taittinger, Pierre-Emmanuel Taittinger, lorsque l'Unesco inscrivait en 2015 les Coteaux, Maisons et Caves de Champagne au patrimoine mondial.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Visualiser l'article

Si en 2020 le coeur n'était pas à la fête, le champagne avait pourtant bien réchauffé les esprits des confinés qui se sont découverts un goût pour une consommation sans lien avec un événement en particulier. "Les consommateurs ont fait évoluer la relation qu'ils entretenaient avec le champagne. Il a trouvé une place différente et n'est plus réservé aux célébrations festives, avec des vins servis trop froids ou trop chauds dans des flûtes. Cela ne mettait pas en valeur l'évolution du champagne en général. Ce que nous n'avons pas réussi à faire, la Covid l'a fait. Les gens ont consommé du champagne à la maison, sans attendre d'avoir à fêter quelque chose, juste pour le plaisir ", avait confié Margareth Henriquez, présidente de Krug au Figaro fin 2021. Résultat, on s'est félicité en 2021 des 320 millions de bouteilles écoulées, soit un record de 5,5 milliards d'euros de chiffres d'affaires.

Troisième boisson alcoolisée préférée des Français, selon le baromètre Sowine/Dynata avec 31% d'adeptes contre 51% pour la bière et 49% pour le vin, le champagne ne risque donc pas de manquer le coche des prochaines fêtes de fin d'année. L'élixir sculpte le tout nouveau concept commercial du caviste Nicolas qui vient d'ouvrir un concept store parisien entièrement dévoué à la cause des bulles champenoises, à l'étage de sa boutique place de la Madeleine. Le réseau de cavistes a installé un écrin feutré où sont regroupées trente maisons de champagne. Un showroom construit dans l'esprit de la fameuse avenue des champagnes à Epernay, où les sièges de nombreuses marques se succèdent sur une seule et même artère. A quelques pas non loin de la boutique, le célébrissime hôtel de la place Vendôme, le Ritz, a décidé de décupler les sens avec son chalet de Noël : entre un vin chaud ou une coupe de champagne Baron de Rothschild, il faudra choisir (ou pas) pour accompagner les gourmandises sucrées du chef pâtissier François Perret.

Depuis les premiers confinements, les Français ont revu leur mode de consommation du champagne en ne l'associant plus inévitablement à un événement à célébrer caracterdesign / Getty Images

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Agences de presse**
Périodicité : **En continu**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Lifestyle**

Edition : **07 decembre 2022**
P.18-19
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **909**

/ Gastronomie - // GMT

Le champagne est sur toutes les lèvres en cette fin d'année

(ETX Daily Up) - Des pétillants naturels à l'incontournable prosecco, voilà plusieurs années que le champagne doit composer avec une autre concurrence à bulles. Symbole de fête par excellence, le vin des rois n'est plus cet élixir que l'on débouche uniquement pour les grandes occasions. Même s'il sera incontournable à Noël, on vous explique pourquoi certains n'attendront pas pour tremper les lèvres dans une coupe.

Depuis plusieurs générations, une légendaire astuce tente de nous faire avaler qu'une simple petite cuillère insérée dans le goulot d'une bouteille à champagne ouverte garantirait l'effervescence de l'élixir... Pour ceux qui ne croient pas aux recettes de grand-mère, une autre solution existe et son résultat fait déjà des adeptes : depuis la fin d'année dernière, la technologie Coravin a ajouté une version spécialement adaptée aux vins effervescents - et donc au champagne. Flashback. En 2014, un ingénieur américain issu de l'univers médical révolutionnait le service du vin au verre en imaginant un accessoire permettant de remplir un verre sans ôter le bouchon de la bouteille ; un système basé sur une fine aiguille chirurgicale fait remonter le breuvage tandis qu'un gaz neutre permet de combler le vide à l'intérieur et protéger le vin de l'oxydation. Dans le cas du champagne, impossible de transpercer le bouchon compte tenu de la pression. A la place, la société Coravin utilise un bouchon spécifique qui injecte une légère dose de CO2. L'accessoire n'est pas donné (449,99 euros), mais il permet de se verser une petite coupe et de terminer le flacon jusqu'à quatre semaines plus tard.

Un an après, c'est autour du géant de la cave à vin de fournir un équipement exclusivement étudié pour conserver la boisson des rois. En octobre dernier, Eurocave a lancé ce que la marque tricolore estampille comme la toute première cave à champagne au monde. Si en termes de température de conservation Eurocave n'innove pas en proposant un appareil mono-service à température réglable entre 5°C et 12°C, son ergonomie s'adapte davantage à la silhouette des flacons, avec entre autres une clayette sur un plateau tournant en forme de vasque (à partir de 9.990 euros).

Une concurrence féroce

Dans un contexte de repli de la consommation de vin dans sa globalité - 88% des ménages français en achetaient en 2010 contre 83% en 2020 (Kantar FranceAgriMer), ces nouveaux accessoires accompagnent une foule d'actualités qui remettent la boisson de fêtes sur le devant de la scène alors que le breuvage effervescent affronte depuis de

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

nombreuses années différents concurrents. En 2020, millésime qui nous a fait tourner la tête avec ses nombreux confinements, les ventes de champagne à l'export (hors de l'Union européenne) avaient reculé de 21,4%, pour se situer à 66 millions de litres, selon Eurostat. Dans la catégorie effervescente, le vin français a pourtant été le seul à faire les frais de la crise : le prosecco italien a maintenu son succès, avec 205 millions de litres exportés, tandis que le cava espagnol a même osé faire mieux, en augmentant ses ventes de 10%, pour s'établir à 58 millions de litres. Pendant ce temps, des études soulignaient l'intérêt des consommateurs pour d'autres alternatives à bulles, moins coûteuses, à l'image du pétillant naturel distingué comme la tendance bachique de 2022 au Japon et au Canada, selon Wine Trade Monitor et Sopexa.

Un vin qui donne le sourire

Mais il manque un élément à tous ces élixirs, dont seul le champagne peut se vanter. "En plus d'être une référence, il est aussi un symbole. Dans le monde entier, il est perçu comme le vin du bonheur et de la fête par excellence, celui qui préside à tous les moments de célébration et de succès, que ce soit dans la vie familiale et amoureuse, dans les relations internationales et professionnelles, ou même dans le domaine sportif", indiquait le président d'honneur de la maison Taittinger, Pierre-Emmanuel Taittinger, lorsque l'Unesco inscrivait en 2015 les Coteaux, Maisons et Caves de Champagne au patrimoine mondial.

Si en 2020 le coeur n'était pas à la fête, le champagne avait pourtant bien réchauffé les esprits des confinés qui se sont découverts un goût pour une consommation sans lien avec un événement en particulier. "Les consommateurs ont fait évoluer la relation qu'ils entretenaient avec le champagne. ", avait confié Margareth Henriquez, présidente de Krug au Figaro fin 2021. Résultat, on s'est félicité en 2021 des

Troisième boisson alcoolisée préférée des Français, selon le baromètre Sowine/Dynata avec 31% d'adeptes contre 51% pour la bière et 49% pour le vin, le champagne ne risque donc pas de manquer le coche des prochaines fêtes de fin d'année. L'élixir sculpte le tout nouveau concept commercial du caviste Nicolas qui vient d'ouvrir un concept store parisien entièrement dévoué à la cause des bulles champenoises, à l'étage de sa boutique place de la Madeleine. Le réseau de cavistes a installé un écrin feutré où sont regroupées trente maisons de champagne. Un showroom construit dans l'esprit de la fameuse avenue des champagnes à Epernay, où les sièges de nombreuses marques se succèdent sur une seule et même artère. A quelques pas non loin de la boutique, le célébrissime hôtel de la place Vendôme, le Ritz, a décidé de décupler les sens avec son chalet de Noël : entre un vin chaud ou une coupe de champagne Baron de Rothschild, il faudra choisir (ou pas) pour accompagner les gourmandises sucrées du chef pâtissier François Perret.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LIQUIDES

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Industrie**

30 Novembre 2022
Journalistes : **Geneviève Goubin**
Nombre de mots : **170**

www.letc.news

Visualiser l'article

Les bouchons de liège recyclés reviennent dans le service des vins

La collecte des bouchons usagés par le fabricant de bouchons Vinventions a trouvé un premier débouché avec Vinny, un seau à glace.

Ce seau à glace est fabriqué à partir de bouchons de liège usagés récupérés dans les points dédiés, chez les cavistes et autres partenaires de la collecte. La collecte initiée par Vinventions a permis de constituer un stock important de bouchons usés. En 2021, le réseau de 500 cavistes Nicolas et France Cancer ont collecté 84 tonnes de bouchons usagés France. Recycler oui, mais « en un produit qui aurait du sens pour nos clients », résume Stéphane Vidal , directeur général Europe de Vinventions.

C'est Retorno , en partenariat avec Vitalesse , une entreprise belge spécialisée dans la valorisation des matériaux recyclables qui a développé et fabriqué le seau à glace. « Nous avons créé la matière première et construit tout le processus pour fabrique le produit » décrit Marc Thometschek , co-fondateur de Retorno. Le produit de la vente de Vinny sera affecté inventions.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LADEPECHE.fr

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **8576494**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

6 Décembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **1010**

www.ladepeche.fr

Visualiser l'article

Le champagne est sur toutes les lèvres en cette fin d'année

Gastronomie et terroir

(ETX Daily Up) - Des pétillants naturels à l'incontournable prosecco, voilà plusieurs années que le champagne doit composer avec une autre concurrence à bulles. Symbole de fête par excellence, le vin des rois n'est plus cet élixir que l'on débouche uniquement pour les grandes occasions. Même s'il sera incontournable à Noël, on vous explique pourquoi certains n'attendront pas pour tremper les lèvres dans une coupe.

Depuis plusieurs générations, une légendaire astuce tente de nous faire avaler qu'une simple petite cuillère insérée dans le goulot d'une bouteille à champagne ouverte garantirait l'effervescence de l'élixir... Pour ceux qui ne croient pas aux recettes de grand-mère, une autre solution existe et son résultat fait déjà des adeptes : depuis la fin d'année dernière, la technologie Coravin a ajouté une version spécialement adaptée aux vins effervescents - et donc au champagne. Flashback. En 2014, un ingénieur américain issu de l'univers médical révolutionnait le service du vin au verre en imaginant un accessoire permettant de remplir un verre sans ôter le bouchon de la bouteille ; un système basé sur une fine aiguille chirurgicale fait remonter le breuvage tandis qu'un gaz neutre permet de combler le vide à l'intérieur et protéger le vin de l'oxydation. Dans le cas du champagne, impossible de transpercer le bouchon compte tenu de la pression. A la place, la société Coravin utilise un bouchon spécifique qui injecte une légère dose de CO2. L'accessoire n'est pas donné (449,99 euros), mais il permet de se verser une petite coupe et de terminer le flacon jusqu'à quatre semaines plus tard.

Un an après, c'est autour du géant de la cave à vin de fournir un équipement exclusivement étudié pour conserver la boisson des rois. En octobre dernier, Eurocave a lancé ce que la marque tricolore estampille comme la toute première cave à champagne au monde. Si en termes de température de conservation Eurocave n'innove pas en proposant un appareil mono-service à température réglable entre 5°C et 12°C, son ergonomie s'adapte davantage à la silhouette des flacons, avec entre autres une clayette sur un plateau tournant en forme de vasque (à partir de 9.990 euros).

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Une concurrence féroce

Dans un contexte de repli de la consommation de vin dans sa globalité - 88% des ménages français en achetaient en 2010 contre 83% en 2020 (Kantar FranceAgriMer), ces nouveaux accessoires accompagnent une foule d'actualités qui remettent la boisson de fêtes sur le devant de la scène alors que le breuvage effervescent affronte depuis de nombreuses années différents concurrents. En 2020, millésime qui nous a fait tourner la tête avec ses nombreux confinements, les ventes de champagne à l'export (hors de l'Union européenne) avaient reculé de 21,4%, pour se situer à 66 millions de litres, selon Eurostat. Dans la catégorie effervescente, le vin français a pourtant été le seul à faire les frais de la crise : le prosecco italien a maintenu son succès, avec 205 millions de litres exportés, tandis que le cava espagnol a même osé faire mieux, en augmentant ses ventes de 10%, pour s'établir à 58 millions de litres. Pendant ce temps, des études soulignaient l'intérêt des consommateurs pour d'autres alternatives à bulles, moins coûteuses, à l'image du pétillant naturel distingué comme la tendance bachique de 2022 au Japon et au Canada, selon Wine Trade Monitor et Sopexa.

Un vin qui donne le sourire

Mais il manque un élément à tous ces élixirs, dont seul le champagne peut se vanter. "En plus d'être une référence, il est aussi un symbole. Dans le monde entier, il est perçu comme le vin du bonheur et de la fête par excellence, celui qui préside à tous les moments de célébration et de succès, que ce soit dans la vie familiale et amoureuse, dans les relations internationales et professionnelles, ou même dans le domaine sportif", indiquait le président d'honneur de la maison Taittinger, Pierre-Emmanuel Taittinger, lorsque l'Unesco inscrivait en 2015 les Coteaux, Maisons et Caves de Champagne au patrimoine mondial.

Si en 2020 le coeur n'était pas à la fête, le champagne avait pourtant bien réchauffé les esprits des confinés qui se sont découverts un goût pour une consommation sans lien avec un événement en particulier. "Les consommateurs ont fait évoluer la relation qu'ils entretenaient avec le champagne. Il a trouvé une place différente et n'est plus réservé aux célébrations festives, avec des vins servis trop froids ou trop chauds dans des flûtes. Cela ne mettait pas en valeur l'évolution du champagne en général. Ce que nous n'avons pas réussi à faire, la Covid l'a fait. Les gens ont consommé du champagne à la maison, sans attendre d'avoir à fêter quelque chose, juste pour le plaisir ", avait confié Margareth Henriquez, présidente de Krug au Figaro fin 2021. Résultat, on s'est félicité en 2021 des 320 millions de bouteilles écoulées, soit un record de 5,5 milliards d'euros de chiffres d'affaires.

Troisième boisson alcoolisée préférée des Français, selon le baromètre Sowine/Dynata avec 31% d'adeptes contre 51% pour la bière et 49% pour le vin, le champagne ne risque donc pas de manquer le coche des prochaines fêtes de fin d'année. L'élixir sculpte le tout nouveau concept commercial du caviste Nicolas qui vient d'ouvrir un concept store parisien entièrement dévoué à la cause des bulles champenoises, à l'étage de sa boutique place de la Madeleine. Le réseau de cavistes a installé un écrin feutré où sont regroupées trente maisons de champagne. Un showroom construit dans l'esprit de la fameuse avenue des champagnes à Epernay, où les sièges de nombreuses marques se succèdent sur une seule et même artère. A quelques pas non loin de la boutique, le célébrissime hôtel de la place Vendôme, le Ritz, a décidé de décupler les sens avec son chalet de Noël : entre un vin chaud ou une coupe de champagne Baron de Rothschild, il faudra choisir (ou pas) pour accompagner les gourmandises sucrées du chef pâtissier François Perret.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Agences de presse**
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Banques-Finance Economie-Services**

Edition : **15 decembre 2022 P.5-6**
Journalistes : **noo/vog/rhl**
Nombre de mots : **475**

15/12/2022 16:29:26 GMT

Le fondateur du géant du vin Groupe Castel va devoir verser 286 millions CHF au fisc genevois

Le cofondateur du géant du vin Groupe Castel, le Français Pierre Castel, va devoir verser 286 millions de francs suisses (288 millions d'euros) au fisc genevois après une décision de justice en sa défaveur dans son bras de fer avec l'administration fiscale.

Le Tribunal fédéral, la plus haute cour de justice en Suisse, a rejeté le recours du fondateur de ce groupe propriétaire du réseau de cavistes Nicolas et de marques de vin à succès comme Baron de Lestac, Kriter ou Listel, contre une décision de justice dans le litige l'opposant à l'administration fiscale genevoise qui lui reproche d'avoir omis de déclarer une partie de sa fortune pendant plusieurs années.

Les données dans le jugement du Tribunal fédéral, dans un arrêt publié mercredi, ont été anonymisées mais évoquent un "ressortissant français d'origine espagnole", "né en 1926", qui "avait quitté la France pour s'établir en Suisse" et inscrit "au registre du commerce du canton de Genève en 1981" la société active dans "la représentation du vin" mais aussi "des bières et des boissons gazeuses" qu'il avait créée "avec ses frères et soeurs".

Le fisc genevois va récupérer 286 millions de francs, affirme l'agence suisse ATS, dans ce premier volet de la procédure en rappel d'impôt qui porte sur ses déclarations fiscales de 2007 et 2008.

L'avocat de M. Castel, contacté par l'AFP, a confirmé ce montant.

"Mon client, naturellement, conteste le fond et l'issue de ce jugement", a indiqué Gregory Clerc, avocat fiscaliste au sein du cabinet genevois Aegis, précisant néanmoins qu'il "respecte ce jugement".

"Actuellement nous sommes en train de l'analyser", a-t-il précisé à l'AFP.

Début octobre, le site suisse d'investigation judiciaire Gotham City avait révélé que le nonagénaire, qui s'était installé en Suisse après l'élection de François Mitterrand en 1981, avait été condamné en appel par une Cour à Genève pour avoir omis de déclarer une partie de sa fortune.

Il s'était enregistré en Suisse sous le nom de Jesus Castel, utilisant son deuxième prénom, "ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc", avait affirmé le site d'investigation judiciaire.

Les autorités fiscales avaient fait le rapprochement à la lecture d'articles de presse et lui avait réclamé 410 millions de francs suisses.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son avocat avait précisé à l'AFP qu'il n'avait "jamais fait usage de pseudonyme ou d'autre identité", "Jesus Sebastien Castel" étant "son patronyme de naissance", et "Pierre" un "nom d'usage".

Issu d'une famille modeste, il avait quitté l'école à onze ans et travaillé avec son père comme ouvrier agricole avant de créer avec ses frères et soeurs le groupe devenu un géant des vins et boissons qui vend 500 millions de bouteilles par an dans le monde.

Une autre procédure est en cours pour les périodes fiscales de 2010 et 2011.

noo/vog/rhl

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **Agences de presse**
Périodicité : **En continu**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **15 décembre 2022**
P.5-6
Journalistes : **noo/vog/rhl**
Nombre de mots : **475**

15/12/2022 16:29:27 GMT

Le fondateur du géant du vin Groupe Castel va devoir verser 286 millions CHF au fisc genevois

Le cofondateur du géant du vin Groupe Castel, le Français Pierre Castel, va devoir verser 286 millions de francs suisses (288 millions d'euros) au fisc genevois après une décision de justice en sa défaveur dans son bras de fer avec l'administration fiscale.

Le Tribunal fédéral, la plus haute cour de justice en Suisse, a rejeté le recours du fondateur de ce groupe propriétaire du réseau de cavistes Nicolas et de marques de vin à succès comme Baron de Lestac, Kriter ou Listel, contre une décision de justice dans le litige l'opposant à l'administration fiscale genevoise qui lui reproche d'avoir omis de déclarer une partie de sa fortune pendant plusieurs années.

Les données dans le jugement du Tribunal fédéral, dans un arrêt publié mercredi, ont été anonymisées mais évoquent un "ressortissant français d'origine espagnole", "né en 1926", qui "avait quitté la France pour s'établir en Suisse" et inscrit "au registre du commerce du canton de Genève en 1981" la société active dans "la représentation du vin" mais aussi "des bières et des boissons gazeuses" qu'il avait créée "avec ses frères et soeurs".

Le fisc genevois va récupérer 286 millions de francs, affirme l'agence suisse ATS, dans ce premier volet de la procédure en rappel d'impôt qui porte sur ses déclarations fiscales de 2007 et 2008.

L'avocat de M. Castel, contacté par l'AFP, a confirmé ce montant.

"Mon client, naturellement, conteste le fond et l'issue de ce jugement", a indiqué Gregory Clerc, avocat fiscaliste au sein du cabinet genevois Aegis, précisant néanmoins qu'il "respecte ce jugement".

"Actuellement nous sommes en train de l'analyser", a-t-il précisé à l'AFP.

Début octobre, le site suisse d'investigation judiciaire Gotham City avait révélé que le nonagénaire, qui s'était installé en Suisse après l'élection de François Mitterrand en 1981, avait été condamné en appel par une Cour à Genève pour avoir omis de déclarer une partie de sa fortune.

Il s'était enregistré en Suisse sous le nom de Jesus Castel, utilisant son deuxième prénom, "ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc", avait affirmé le site d'investigation judiciaire.

Les autorités fiscales avaient fait le rapprochement à la lecture d'articles de presse et lui avait réclamé 410 millions de francs suisses.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Son avocat avait précisé à l'AFP qu'il n'avait "jamais fait usage de pseudonyme ou d'autre identité", "Jesus Sebastien Castel" étant "son patronyme de naissance", et "Pierre" un "nom d'usage".

Issu d'une famille modeste, il avait quitté l'école à onze ans et travaillé avec son père comme ouvrier agricole avant de créer avec ses frères et soeurs le groupe devenu un géant des vins et boissons qui vend 500 millions de bouteilles par an dans le monde.

Une autre procédure est en cours pour les périodes fiscales de 2010 et 2011.

noo/vog/rhl

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

AGRA [FIL]

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **N.C.**
Sujet du média :
Agroalimentaire-Agriculture

Edition : **16 decembre 2022**
P.3
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **169**

Vin: le fondateur du géant Castel va devoir verser 286 millions de francs au fisc genevois

Le cofondateur du géant du vin Groupe Castel, le français Pierre Castel, va devoir verser 286 millions de francs suisses (288 M€) au fisc genevois après une décision de justice en sa défaveur dans son bras de fer avec l'administration fiscale. Le Tribunal fédéral, la plus haute cour de justice en Suisse, a rejeté le recours du fondateur de ce groupe propriétaire du réseau de cavistes Nicolas et de marques de vin à succès (comme Baron de Lestac, Kriter ou Listel) contre une décision de justice dans le litige l'opposant à l'administration fiscale genevoise. Celle-ci lui reproche d'avoir omis de déclarer une partie de sa fortune pendant plusieurs années. Le fisc genevois va récupérer 286 millions de francs, affirme l'agence suisse ATS, dans ce premier volet de la procédure en rappel d'impôt qui porte sur ses déclarations fiscales de 2007 et 2008. L'avocat de M. Castel, contacté par l'AFP, a confirmé ce montant.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web CHE

24heures

Famille du média : **Médias étrangers**
Audience : **805221**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

15 Décembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **534**

www.24heures.ch

Visualiser l'article

Un géant du vin doit verser 286 millions CHF au fisc genevois

Le Français Pierre Castel, propriétaire du réseau de cavistes Nicolas, aurait omis de déclarer une partie de sa fortune selon le Tribunal fédéral.

Ce montant est le premier volet de la procédure en rappel d'impôt, visant Pierre Castel, qui porte sur ses déclarations fiscales de 2007 et 2008.

AFP/GEORGES GOBET

Le cofondateur du géant du vin Groupe Castel, le Français Pierre Castel, va devoir verser 286 millions de francs suisses (288 millions d'euros) au fisc genevois après une décision de justice en sa défaveur dans son bras de fer avec l'administration fiscale.

Le Tribunal fédéral a rejeté le recours du fondateur de ce groupe propriétaire du réseau de cavistes Nicolas et de marques de vin à succès comme Baron de Lestac, Kriter ou Listel, contre une décision de justice dans le litige l'opposant à l'administration fiscale genevoise qui lui reproche d'avoir omis de déclarer une partie de sa fortune pendant plusieurs années.

Les données dans le jugement du Tribunal fédéral, dans un arrêt publié mercredi, ont été anonymisées mais évoquent un «ressortissant français d'origine espagnole», «né en 1926», qui «avait quitté la France pour s'établir en Suisse» et inscrit «au

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Registre du commerce du canton de Genève en 1981» la société active dans «la représentation du vin» mais aussi «des bières et des boissons gazeuses» qu'il avait créées «avec ses frères et soeurs».

Le fisc genevois va récupérer 286 millions de francs, affirme l'agence suisse ATS, dans ce premier volet de la procédure en rappel d'impôt qui porte sur ses déclarations fiscales de 2007 et 2008.

Conteste le jugement

L'avocat de M. Castel, contacté par l'AFP, a confirmé ce montant.

«Mon client, naturellement, conteste le fond et l'issue de ce jugement», a indiqué Gregory Clerc, avocat fiscaliste au sein du cabinet genevois Aegis, précisant néanmoins qu'il «respecte ce jugement».

«Actuellement nous sommes en train de l'analyser», a-t-il précisé à l'AFP.

Début octobre, le site suisse d'investigation judiciaire Gotham City avait révélé que le nonagénaire, qui s'était installé en Suisse après l'élection de François Mitterrand en 1981, avait été condamné en appel par une Cour à Genève pour avoir omis de déclarer une partie de sa fortune.

Il s'était enregistré en Suisse sous le nom de Jesus Castel, utilisant son deuxième prénom, «ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc», avait affirmé le site d'investigation judiciaire.

410 millions de francs

Les autorités fiscales avaient fait le rapprochement à la lecture d'articles de presse et lui avait réclamé 410 millions de francs suisses.

Son avocat avait précisé à l'AFP qu'il n'avait «jamais fait usage de pseudonyme ou d'autre identité», «Jesus Sebastien Castel» étant «son patronyme de naissance», et «Pierre» un «nom d'usage».

Issu d'une famille modeste, il avait quitté l'école à onze ans et travaillé avec son père comme ouvrier agricole avant de créer avec ses frères et soeurs le groupe devenu un géant des vins et boissons qui vend 500 millions de bouteilles par an dans le monde.

Une autre procédure est en cours pour les périodes fiscales de 2010 et 2011.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Capital

www.capital.fr

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**
Audience : **7525372**
Sujet du média : **Economie - Services**

15 Decembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **494**

Visualiser l'article

L'énorme amende que va devoir payer le baron du vin Pierre Castel au fisc suisse

Le cofondateur du géant du vin Groupe Castel va devoir verser 288 millions d'euros au fisc genevois après une décision de justice en sa défaveur dans son bras de fer avec l'administration fiscale.

Le Tribunal fédéral, la plus haute cour de justice en Suisse , a rejeté le recours de Pierre Castel , le fondateur du groupe du même nom, propriétaire du réseau de cavistes Nicolas et de marques de vin à succès comme Baron de Lestac, Kriter ou Listel, contre une décision de justice dans le litige l'opposant à l'administration fiscale genevoise qui lui reproche d'avoir omis de déclarer une partie de sa fortune pendant plusieurs années.

Les données dans le jugement du Tribunal fédéral, dans un arrêt publié mercredi, ont été anonymisées mais évoquent un "ressortissant français d'origine espagnole", "né en 1926", qui "avait quitté la France pour s'établir en Suisse" et inscrit "au registre du commerce du canton de Genève en 1981" la société active dans "la représentation du vin" mais aussi " des bières et des boissons gazeuses" qu'il avait créée "avec ses frères et soeurs".

Le fisc genevois va récupérer 286 millions de francs, affirme l'agence suisse ATS, dans ce premier volet de la procédure en rappel d'impôt qui porte sur ses déclarations fiscales de 2007 et 2008. L'avocat de M. Castel, contacté par l'AFP, a confirmé ce montant. "Mon client, naturellement, conteste le fond et l'issue de ce jugement", a indiqué Gregory Clerc, avocat fiscaliste au sein du cabinet genevois Aegis, précisant néanmoins qu'il "respecte ce jugement". "Actuellement nous sommes en train de l'analyser", a-t-il précisé à l'AFP.

Pseudonyme ou nom d'usage

Début octobre, le site suisse d'investigation judiciaire Gotham City avait révélé que le nonagénaire, qui s'était installé en Suisse après l'élection de François Mitterrand en 1981, avait été condamné en appel par une Cour à Genève pour avoir omis de déclarer une partie de sa fortune. Il s'était enregistré en Suisse sous le nom de Jesus Castel, utilisant son deuxième prénom, "ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc", avait affirmé le site d'investigation judiciaire. Les autorités fiscales avaient fait le rapprochement à la lecture d'articles de presse et lui avait réclamé 410 millions de francs suisses. Son avocat avait précisé à l'AFP qu'il n'avait "jamais fait usage de pseudonyme ou d'autre identité", "Jesus Sebastien Castel" étant "son patronyme de naissance", et "Pierre" un "nom d'usage".

Issu d'une famille modeste, il avait quitté l'école à onze ans et travaillé avec son père comme ouvrier agricole avant de créer avec ses frères et soeurs le groupe devenu un géant des vins et boissons qui vend 500 millions de bouteilles par an dans le monde. Une autre procédure est en cours pour les périodes fiscales de 2010 et 2011.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

PIXABAY

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 368029449

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

SUD OUEST

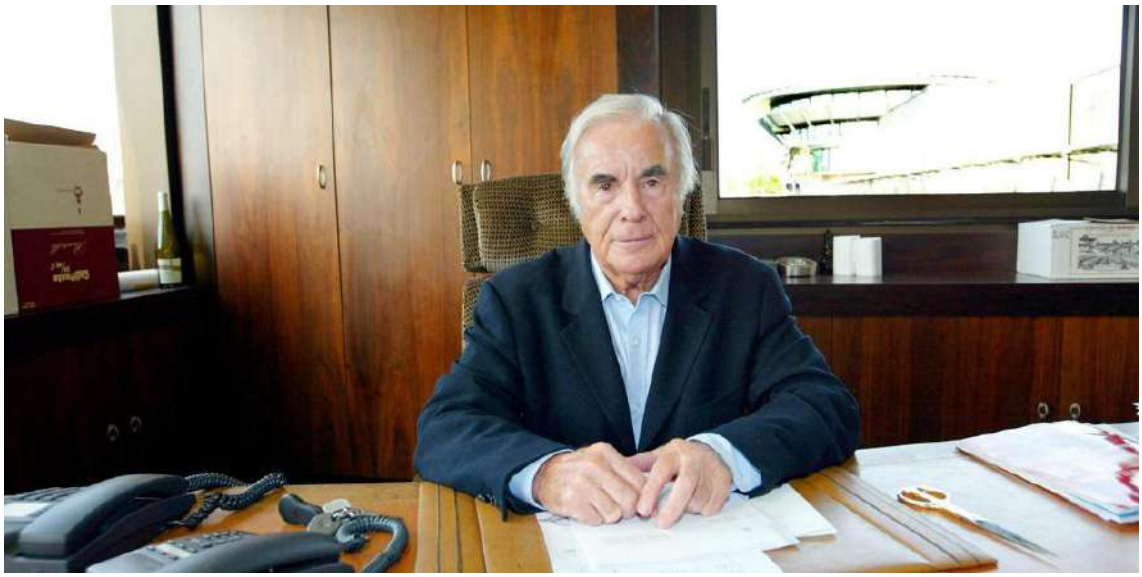
www.sudouest.fr

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **5857507**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

15 Décembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **532**

Visualiser l'article

Pierre Castel : le Girondin perd en cassation, il va devoir verser 289 millions d'euros au fisc genevois



Issu d'une famille modeste, Pierre Castel a construit un empire, occupant aujourd'hui le rang de 10e fortune française. © Crédit photo : Archives Stéphane LARTIGUE

L'amende infligée par la plus haute cour de justice suisse, le Tribunal fédéral, porte sur les années 2007 et 2008. Une autre procédure est en cours, la Suisse réclamant en tout près de 415 millions d'euros au milliardaire bordelais

Le cofondateur du géant du vin Groupe Castel, le Français Pierre Castel, va devoir verser 286 millions de francs suisses (289 millions d'euros) au fisc genevois après une décision de justice en sa défaveur dans son bras de fer avec l'administration fiscale.

Le Tribunal fédéral, la plus haute cour de justice en Suisse, a rejeté le recours du fondateur de ce groupe propriétaire du réseau de cavistes Nicolas et de marques de vin à succès comme Baron de Lestac, Kriter ou Listel, contre une décision de justice dans le litige l'opposant à l'administration fiscale genevoise qui lui reproche d'avoir omis de déclarer une partie de sa fortune pendant plusieurs années.

Les données dans le jugement du Tribunal fédéral, dans un arrêt publié mercredi, ont été anonymisées mais évoquent un « ressortissant français d'origine espagnole », « né en 1926 », qui « avait quitté la France pour s'établir en Suisse » et inscrit « au registre du commerce du canton de Genève en 1981 » la société active dans « la représentation du vin » mais aussi « des bières et des boissons gazeuses » qu'il avait créée « avec ses frères et soeurs ».

Pseudonyme ou nom d'usage

Le fisc genevois va récupérer 286 millions de francs (NDLR : 289 millions d'euros), affirme l'agence suisse ATS, dans ce premier volet de la procédure en rappel d'impôt qui porte sur ses déclarations fiscales de 2007 et 2008. L'avocat de Castel, contacté, a confirmé ce montant. « Mon client, naturellement, conteste le fond et l'issue de ce jugement », a indiqué Gregory

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Clerc, avocat fiscaliste au sein du cabinet genevois Aegis, précisant néanmoins qu'il « respecte ce jugement ».

Début octobre, le site suisse d'investigation judiciaire Gotham City avait révélé que le nonagénaire, qui s'était installé en Suisse après l'élection de François Mitterrand en 1981, avait été condamné en appel par une Cour à Genève pour avoir omis de déclarer une partie de sa fortune. Il s'était enregistré en Suisse sous le nom de Jesus Castel, utilisant son deuxième prénom, « ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc », avait affirmé le site d'investigation judiciaire.

Les autorités fiscales avaient fait le rapprochement à la lecture d'articles de presse et lui avaient réclamé 410 millions de francs suisses (415 millions d'euros).

Son avocat avait précisé qu'il n'avait « jamais fait usage de pseudonyme ou d'autre identité », « Jesus Sebastien Castel » étant « son patronyme de naissance », et « Pierre » un « nom d'usage ». Issu d'une famille modeste, il avait quitté l'école à onze ans et travaillé avec son père comme ouvrier agricole avant de créer avec ses frères et soeurs le groupe devenu un géant des vins et boissons qui vend 500 millions de bouteilles par an dans le monde.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web CHE

Tribune de Genève

www.tdg.ch

Famille du média : **Médias étrangers**
Audience : **912633**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

15 Décembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **534**

Visualiser l'article

Un géant du vin doit verser 286 millions CHF au fisc genevois

Le Français Pierre Castel, propriétaire du réseau de cavistes Nicolas, aurait omis de déclarer une partie de sa fortune selon le Tribunal fédéral.

Ce montant est le premier volet de la procédure en rappel d'impôt, visant Pierre Castel, qui porte sur ses déclarations fiscales de 2007 et 2008.

AFP/GEORGES GOBET

Le cofondateur du géant du vin Groupe Castel, le Français Pierre Castel, va devoir verser 286 millions de francs suisses (288 millions d'euros) au fisc genevois après une décision de justice en sa défaveur dans son bras de fer avec l'administration fiscale.

Le Tribunal fédéral a rejeté le recours du fondateur de ce groupe propriétaire du réseau de cavistes Nicolas et de marques de vin à succès comme Baron de Lestac, Kriter ou Listel, contre une décision de justice dans le litige l'opposant à l'administration fiscale genevoise qui lui reproche d'avoir omis de déclarer une partie de sa fortune pendant plusieurs années.

Les données dans le jugement du Tribunal fédéral, dans un arrêt publié mercredi, ont été anonymisées mais évoquent un «ressortissant français d'origine espagnole», «né en 1926», qui «avait quitté la France pour s'établir en Suisse» et inscrit «au

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Registre du commerce du canton de Genève en 1981» la société active dans «la représentation du vin» mais aussi «des bières et des boissons gazeuses» qu'il avait créées «avec ses frères et soeurs».

Le fisc genevois va récupérer 286 millions de francs, affirme l'agence suisse ATS, dans ce premier volet de la procédure en rappel d'impôt qui porte sur ses déclarations fiscales de 2007 et 2008.

Conteste le jugement

L'avocat de M. Castel, contacté par l'AFP, a confirmé ce montant.

«Mon client, naturellement, conteste le fond et l'issue de ce jugement», a indiqué Gregory Clerc, avocat fiscaliste au sein du cabinet genevois Aegis, précisant néanmoins qu'il «respecte ce jugement».

«Actuellement nous sommes en train de l'analyser», a-t-il précisé à l'AFP.

Début octobre, le site suisse d'investigation judiciaire Gotham City avait révélé que le nonagénaire, qui s'était installé en Suisse après l'élection de François Mitterrand en 1981, avait été condamné en appel par une Cour à Genève pour avoir omis de déclarer une partie de sa fortune.

Il s'était enregistré en Suisse sous le nom de Jesus Castel, utilisant son deuxième prénom, «ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc», avait affirmé le site d'investigation judiciaire.

410 millions de francs

Les autorités fiscales avaient fait le rapprochement à la lecture d'articles de presse et lui avait réclamé 410 millions de francs suisses.

Son avocat avait précisé à l'AFP qu'il n'avait «jamais fait usage de pseudonyme ou d'autre identité», «Jesus Sebastien Castel» étant «son patronyme de naissance», et «Pierre» un «nom d'usage».

Issu d'une famille modeste, il avait quitté l'école à onze ans et travaillé avec son père comme ouvrier agricole avant de créer avec ses frères et soeurs le groupe devenu un géant des vins et boissons qui vend 500 millions de bouteilles par an dans le monde.

Une autre procédure est en cours pour les périodes fiscales de 2010 et 2011.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 368029015

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

SUD OUEST
www.sudouest.com

Famille du média : **PQR/PQD**
(Quotidiens régionaux)
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **1015000**
Sujet du média :
Actualités-Infos Générales

Edition : **16 décembre 2022**
P.7
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **424**

Castel devra verser 289 millions au fisc genevois

Une autre procédure est en cours, la Suisse réclame en tout 415 millions d'euros au milliardaire bordelais

Le cofondateur du géant du vin Groupe Castel, le Français Pierre Castel, qui vit en Suisse depuis 1981, va devoir verser 286 millions de francs suisses (289 millions d'euros) au fisc genevois après un bras de fer avec l'administration fiscale qui lui reproche d'avoir omis de déclarer une partie de sa fortune pendant plusieurs années.

Le Tribunal fédéral, la plus haute cour de justice en Suisse, a rejeté le recours du fondateur de ce groupe propriétaire du réseau de cavistes Nicolas et de marques de vin à succès comme Baron de Lestac, Kriter ou Listel.

Les données dans le jugement du Tribunal fédéral, dans un arrêt publié mercredi, ont été anonymisées mais évoquent un « ressortissant français d'origine espagnole », « né en 1926 », qui « avait quitté la France pour s'établir en Suisse » et inscrit « au registre du commerce du canton de Genève en 1981 », la société active dans « la représentation du vin » mais aussi « des bières et des boissons gazeuses » qu'il avait créée « avec ses frères et sœurs ».

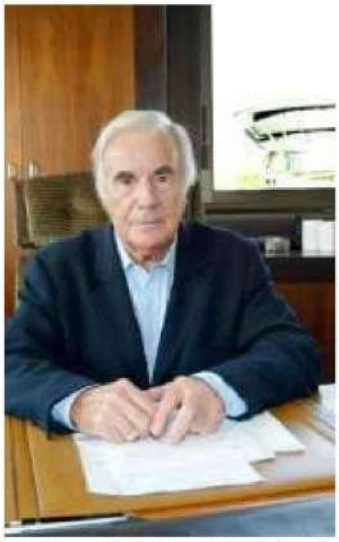
Pseudo ou nom d'usage

Le fisc genevois va récupérer 286 millions de francs (289 millions d'euros) dans ce premier volet de la procédure qui porte sur ses déclarations de 2007 et 2008. L'avocat de Pierre Castel a confirmé ce montant et indiqué que son client conteste « le fond et l'issue de ce jugement ».

En octobre, le site suisse d'investigation judiciaire Gotham City avait révélé que le nonagénaire s'était enregistré en Suisse sous le nom de Jesus Castel, utilisant son deuxième prénom. Les autorités fiscales avaient fait le rapprochement à la lecture d'articles de presse et lui avaient réclamé 410 millions de francs suisses (415 millions d'euros).

Selon son avocat, « Jesus Sebastien Castel » est bien « son patronyme de naissance », et « Pierre » un « nom d'usage ». Issu d'une famille modeste, il avait quitté l'école à 11 ans et travaillé comme ouvrier agricole avant de créer avec ses frères et sœurs le groupe qui vend 500 millions de bouteilles par an dans le monde.

Une autre procédure est en cours pour les périodes fiscales de 2010 et 2011.



Le Girondin Pierre Castel est à la tête de la 10e fortune française. ARCHIVES STÉPHANE LARTIGUE/ « SUD OUEST »

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3747524600503

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LA REVUE DU VIN DE FRANCE

www.larvf.com

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **210044**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

17 Décembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **497**

Visualiser l'article

Pierre Castel va devoir verser 288 millions d'euros au fisc suisse

Le cofondateur du géant du vin Groupe Castel, Pierre Castel, va devoir verser 286 millions de francs suisses (288 millions d'euros) au fisc genevois après une décision de justice en sa défaveur dans son bras de fer avec l'administration fiscale.

Le Tribunal fédéral, la plus haute cour de justice en Suisse, a rejeté le recours du fondateur de ce groupe propriétaire du réseau de cavistes Nicolas et de marques de vin à succès comme Baron de Lestac, Kriter ou Listel, contre une décision de justice dans le litige l'opposant à l'administration fiscale genevoise qui lui reproche d'avoir omis de déclarer une partie de sa fortune pendant plusieurs années.

Les données dans le jugement du Tribunal fédéral, dans un arrêt publié mercredi, ont été anonymisées mais évoquent un "ressortissant français d'origine espagnole", "né en 1926", qui "avait quitté la France pour s'établir en Suisse" et inscrit "au registre du commerce du canton de Genève en 1981" la société active dans "la représentation du vin" mais aussi "des bières et des boissons gazeuses" qu'il avait créée "avec ses frères et soeurs".

Le fisc genevois va récupérer 286 millions de francs, affirme l'agence suisse ATS, dans ce premier volet de la procédure en rappel d'impôt qui porte sur ses déclarations fiscales de 2007 et 2008.

L'avocat de M. Castel, contacté par l'AFP, a confirmé ce montant. "Mon client, naturellement, conteste le fond et l'issue de ce jugement", a indiqué Gregory Clerc, avocat fiscaliste au sein du cabinet genevois Aegis, précisant néanmoins qu'il "respecte ce jugement". "Actuellement nous sommes en train de l'analyser", a-t-il précisé à l'AFP. Début octobre, le site suisse d'investigation judiciaire Gotham City avait révélé que le nonagénaire, qui s'était installé en Suisse après l'élection de François Mitterrand en 1981, avait été condamné en appel par une Cour à Genève pour avoir omis de déclarer une partie de sa fortune.

Pierre Castel s'était enregistré en Suisse sous le nom de Jesus Castel

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Il s'était enregistré en Suisse sous le nom de Jesus Castel, utilisant son deuxième prénom, "ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc", avait affirmé le site d'investigation judiciaire. Les autorités fiscales avaient fait le rapprochement à la lecture d'articles de presse et lui avait réclamé 410 millions de francs suisses. Son avocat avait précisé à l'AFP qu'il n'avait "jamais fait usage de pseudonyme ou d'autre identité", "Jesus Sebastien Castel" étant "son patronyme de naissance", et "Pierre" un "nom d'usage".

Issu d'une famille modeste, il avait quitté l'école à onze ans et travaillé avec son père comme ouvrier agricole avant de créer avec ses frères et soeurs le groupe devenu un géant des vins et boissons qui vend 500 millions de bouteilles par an dans le monde. Une autre procédure est en cours pour les périodes fiscales de 2010 et 2011.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

msn

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **7348758**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

16 Decembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **493**

www.msn.com

Visualiser l'article

L'énorme amende que va devoir payer le baron du vin Pierre Castel au fisc suisse

Le cofondateur du géant du vin Groupe Castel va devoir verser 288 millions d'euros au fisc genevois après une décision de justice en sa défaveur dans son bras de fer avec l'administration fiscale.

Le Tribunal fédéral, la plus haute cour de justice en Suisse, a rejeté le recours de Pierre Castel, le fondateur du groupe du même nom, propriétaire du réseau de cavistes Nicolas et de marques de vin à succès comme Baron de Lestac, Kriter ou Listel, contre une décision de justice dans le litige l'opposant à l'administration fiscale genevoise qui lui reproche d'avoir omis de déclarer une partie de sa fortune pendant plusieurs années.

Les données dans le jugement du Tribunal fédéral, dans un arrêt publié mercredi, ont été anonymisées mais évoquent un "ressortissant français d'origine espagnole", "né en 1926", qui "avait quitté la France pour s'établir en Suisse" et inscrit "au registre du commerce du canton de Genève en 1981" la société active dans "la représentation du vin" mais aussi "des bières et des boissons gazeuses" qu'il avait créée "avec ses frères et soeurs".

Le fisc genevois va récupérer 286 millions de francs, affirme l'agence suisse ATS, dans ce premier volet de la procédure en rappel d'impôt qui porte sur ses déclarations fiscales de 2007 et 2008. L'avocat de M. Castel, contacté par l'AFP, a confirmé ce montant. "Mon client, naturellement, conteste le fond et l'issue de ce jugement", a indiqué Gregory Clerc, avocat fiscaliste au sein du cabinet genevois Aegis, précisant néanmoins qu'il "respecte ce jugement". "Actuellement nous sommes en train de l'analyser", a-t-il précisé à l'AFP.

Pseudonyme ou nom d'usage

Début octobre, le site suisse d'investigation judiciaire Gotham City avait révélé que le nonagénaire, qui s'était installé en Suisse après l'élection de François Mitterrand en 1981, avait été condamné en appel par une Cour à Genève pour avoir omis de déclarer une partie de sa fortune. Il s'était enregistré en Suisse sous le nom de Jesus Castel, utilisant son deuxième prénom, "ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc", avait affirmé le site d'investigation judiciaire. Les autorités fiscales avaient fait le rapprochement à la lecture d'articles de presse et lui avait réclamé 410 millions de francs suisses. Son avocat avait précisé à l'AFP qu'il n'avait "jamais fait usage de pseudonyme ou d'autre identité", "Jesus Sebastien Castel" étant "son patronyme de naissance", et "Pierre" un "nom d'usage".

Issu d'une famille modeste, il avait quitté l'école à onze ans et travaillé avec son père comme ouvrier agricole avant de créer avec ses frères et soeurs le groupe devenu un géant des vins et boissons qui vend 500 millions de bouteilles par an dans le monde. Une autre procédure est en cours pour les périodes fiscales de 2010 et 2011.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web CMR

JOURNAL DU CAMEROUN.COM
LE CAMEROUN DANS LE WEB

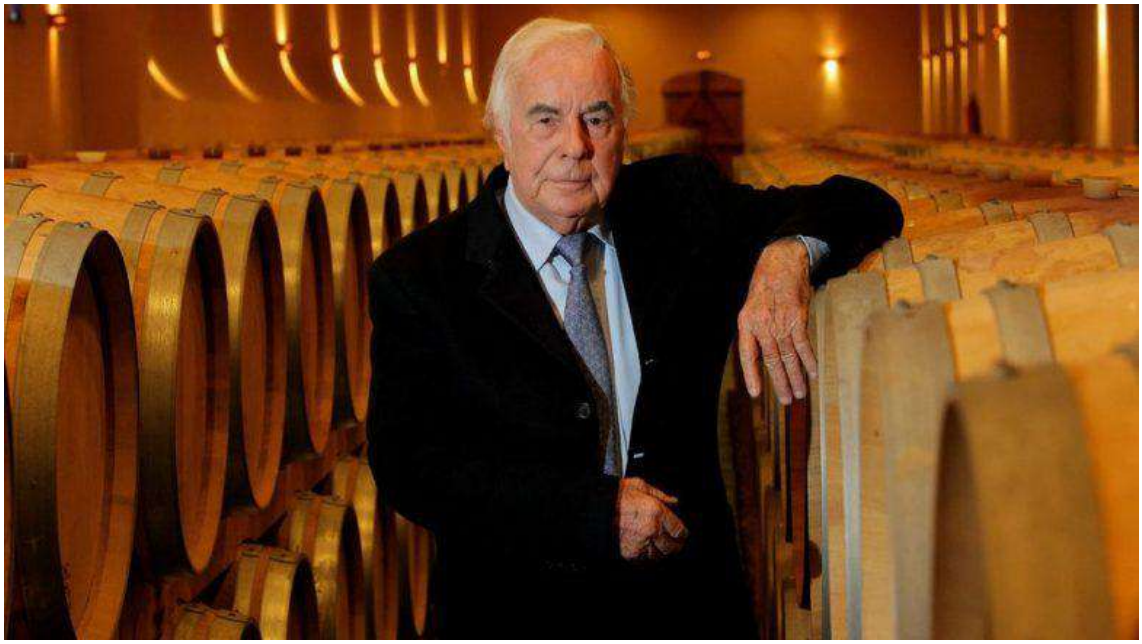
Famille du média : **Médias étrangers**
Audience : **97347**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

19 Decembre 2022
Journalistes : **Esther Fossi**
Nombre de mots : **242**

www.journalducameroun.com

Visualiser l'article

Boissons : Pierre Castel condamné à payer près de 200 milliards de FCFA d'amende au fisc



Pierre Castel

Ce premier volet de la procédure en rappel d'impôt porte sur ses déclarations fiscales de 2007 et de 2008.

Le Français Pierre Castel devra verser 286 millions de francs suisses (288 millions d'euros) environ 189 008 245 440 FCFA au fisc genevois après une décision de justice en sa défaveur dans son bras de fer avec l'administration fiscale, affirme l'agence suisse ATS.

Le Tribunal fédéral, la plus haute cour de justice en Suisse, a rejeté le recours du fondateur de ce groupe propriétaire du réseau de cavistes Nicolas et de nombreuses marques de boissons en Afrique à travers sa filiale Brasseries et glacières internationales (BGI) (Guinness Cameroun, 33 Export...) contre une décision de justice dans le litige l'opposant à l'administration fiscale genevoise qui lui reproche d'avoir omis de déclarer une partie de sa fortune pendant plusieurs années.

Le fisc genevois va récupérer 286 millions de francs, affirme l'agence suisse ATS, dans ce premier volet de la procédure en rappel d'impôt qui porte sur ses déclarations fiscales de 2007 et 2008. L'avocat de Castel, contacté par l'AFP, a confirmé ce montant. « *Mon client, naturellement, conteste le fond et l'issue de ce jugement* », a indiqué Gregory Clerc, avocat fiscaliste au sein du cabinet genevois Aegis, précisant néanmoins qu'il « *respecte ce jugement* ». « *Actuellement nous sommes en train de l'analyser* », a-t-il précisé à l'AFP.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: L'émission a lieu à la boutique Nicolas de Marseille, au 54 Rue Montaigne.

3 Decembre 2022
Durée de l'extrait : **00:25:07**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
3 Juin 2023

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220325592

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

ENTREPRISES OCCITANIE

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Mensuelle**
Audience : **45000**
Sujet du média : **Economie-Services**

Edition : **Decembre 2022 P.28-29**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **1325**

VITICULTURE.COMMENT LA FILIÈRE FAIT-ELLE FACE AUX DÉFIS CLIMATIQUES ?

GRAND ANGLE

Mutations du marché. Comment s'adapter aux envies des consommateurs ?

Avec le réchauffement climatique, les degrés montent, les goûts changent, de nouveaux cépages arrivent. L'enjeu est de ne pas perdre de vue les demandes des consommateurs, français ou étrangers. Si la France reste le 2e marché mondial du vin, les vins d'Occitanie jouent aussi leur carte à l'export.

Stress hydrique et changements brutaux de températures modifient l'équilibre sucre-acidité des raisins, la maturité des tanins, la typicité et la qualité des vins. Le réchauffement conduit à des vins plus riches en sucre et plus alcoolisés, alors que la demande des consommateurs va vers des produits à teneur réduite en sucre, riches en polyphénols et aromatiques ou à teneur réduite en alcool. En plus, les modes de consommation changent. «*La consommation de vin est devenue occasionnelle, elle cible des événements*», note Laurent Bouiges, directeur général de Sieur d'Arques (Limoux), producteur de vins effervescents et tranquilles. «*Si le consommateur d'hier attendait de nos productions de la régularité, celui d'aujourd'hui privilégie les expériences gustatives et les storytelling*», souligne le vice-président du Conseil de bassin viticole du Sud-Ouest Christophe Bou dans le bulletin d'octobre de l'IFV Sud-Ouest.

Vignobles audois. © S. Brouillet

Un degré de plus par décennie

L'augmentation du degré alcoolique moyen à la récolte en Languedoc s'élève à 1 degré par décennie d'après l'étude LACCAVE de l'Inrae, plus que les 0,9 du Bordelais ou de l'Alsace et les 0,6 du Val de Loire. Des vins à 14°, voire 15°, ne sont pas rares. Or, 1 degré d'alcool potentiel représente 17 g/l de sucres. Les techniques de désalcoolisation (pour passer par exemple de 15 à 12°) sont «*un outil précieux pour réduire les degrés alcooliques élevés liés à l'augmentation des températures comme en témoigne le millésime 2022*», note le bulletin d'octobre de l'IFV Sud-Ouest. Au-delà d'enlever le côté brûlant et le déséquilibre en bouche, la désalcoolisation répond à la demande actuelle de produits diététiques, allégés et à faible teneur en alcool. La «*Stratégie de la filière viticole face au réchauffement climatique*» de l'été 2021 souligne d'ailleurs «*qu'à cause de la forte augmentation de la teneur en alcool des vins avec le changement climatique, elle questionne sur la nécessité de désalcooliser partiellement les vins au-delà de la limite actuelle des 20%*».

À Béziers, le Domaine de la Colombette (270 ha) de la famille Pugibet a été précurseur de la désalcoolisation des vins en 2005 avec «*Plume*», des vins à 9% que le réseau Nicolas vient de référencer. «*À vrai dire, c'est plus une offre liée à la buvabilité*

La consommation mondiale de vin est répartie en 2021

Avec plus de **25 millions d'hectolitres** par an (environ 47 l/an/personne,) les Français sont les **2e consommateurs** mondiaux de vins, derrière les États-Uniens et devant les Italiens.

- **Consommation mondiale**
  Estimation 2021 : 236 M hl — **2020** : 234 M hl
- **Top 10 des pays consommateurs**
  1- États-Unis : 33,1 M hl
  2- France : 25,2 M hl
  3- Italie : 24,2 M hl
  4- Allemagne : 19,8 M hl
  5- Royaume-Uni : 13,4 M hl
  6- Espagne : 10,5 M hl
  7- Chine : 10,5 M hl
  8- Russie : 10,5 M hl
  9- Argentine : 8,4 M hl
  10- Australie : 5,9 M hl

Source : Organisation internationale de la vigne et du vin, OIV.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

et à la demande du consommateur qu'au réchauffement climatique, commente Sophie Pugibet. *Nous avons aussi lancé une offre sans alcool depuis dix ans, d'abord en vrac et depuis deux-trois ans pour les vins tranquilles. La demande est forte. Ces vins vont surtout à l'export, mais la France s'y met aussi*».

Pour Ludovic Roux, président des Vignerons Coopérateurs d'Occitanie, «*une autre solution à la question du degré d'alcool serait la montée en gamme des vins. Il y a un marché haut de gamme dans le monde*».

Familiariser aux nouveaux cépages

Le renouvellement des variétés pose aussi question, 70 % des vins vendus dans le monde étant mono-cépages. Les cépages «*résistants*» qui débarquent ne sont pas encore connus des consommateurs. Pour le président des IGP du Gard Denis Verdier, «*la réussite des cépages résistants, ce sera de vérifier que le raisin fera du bon vin et qu'il sera approuvé par le consommateur.*» Le Domaine La Clausade de Mauguio né en 2017, les a adoptés. «*Je préfère les appeler cépages adaptés, ou métis, car le nom 'résistants' passe moins bien, fait trop «labo»*, relève le responsable commercialisation Hugo Robert. On éduque nos cavistes, nos grossistes».

Appellations et couleurs

Premier vignoble du monde sous signes de qualité, l'Occitanie produit plus de 80 % des volumes français d'IGP, venus surtout de l'Hérault, de l'Aude, du Gard ou du Gers. La viticulture d'appellation est majoritaire en Pyrénées-Orientales, Lot et Haute-Garonne et la répartition AOP-IGP est équilibrée en Tarn et Tarn-et-Garonne, selon les chiffres Agroscopie 2021 de la Chambre régionale d'agriculture.

Après une période marquée par le gel, les taxes Trump et la crise Covid-19, le suivi des marchés a la production des principales AOP et IGP d'Occitanie montre à fin juillet une baisse des volumes contractualisés, tous segments et couleurs, notamment en blanc à cause du manque de disponibilités lié au gel de 2021. Les sorties en AOC se stabilisent et les IGP baissent sur la campagne 2021-2022. Côté couleurs, les rouges continuent de perdre des parts de marche, les rosés sont moins dynamiques et les blancs gagnent des volumes. Les prix ont monté de près de 5% en moyenne en AOC, près de 10% en IGP rouges et rosés, de 20 à 30% pour les blancs. Pour Ludovic Roux, président de VCO, «*l'inflation a joué sur la consommation depuis le début 2022 en grande distribution. C'est aussi plus calme à l'export. Sur les rouges -75% des vins mondiaux-, il y a une baisse de consommation en France et dans le monde. Le rosé n'a pas de souci, les blancs sont en hausse, nous incitons à en planter...*»

Evolution constrastée des exportations de vins d'Occitanie

La levée progressive des restrictions sanitaires et la suspension des taxes américaines ont permis la reprise des expéditions en 2021 en France. C'est aussi le cas en Languedoc-Roussillon, dont les IGP font 21% de tout l'export français, même si le bassin ne retrouve pas tout à fait son niveau de 2019. Dans le Sud-Ouest, les exportations ont fléchi en volume et valeur selon les dernières données du comité de bassin viticole.

Exportations AOP et IGP Languedoc-Roussillon

➢ ***En volume :***

IGP : 26,187 millions de caisses, + 2,8% par rapport à 2020 mais -3,7% par rapport à 2019.

AOP : 5,087 millions de caisses, +3,1% par rapport à 2020 et -0,7% par rapport à 2019.

➢ ***En valeur :***

IGP Pays d'Oc : 572 M€ en 2021, +5% par rapport à 2020, -1,6% par rapport à 2019.

Vins tranquilles AOP : 208,194 M€ en 2021, +3,6% par rapport à 2020, -4,8% par rapport à 2019.

Source : Fédération des exportateurs de vins et spiritueux de France (FEVS), février 2022.
Une caisse = 12 bouteilles (9 litres).

Exportations AOP et IGP du Sud-Ouest

➢ ***En volume :*** 378 121 hl, -9,9% sur un an

➢ ***En valeur :*** 110,699 M€, -3,7% sur un an

Source : comité de bassin viticole du Sud-Ouest du 21 octobre 2022, chiffres à fin juillet 2022.

Exportations françaises

➢ ***Volume d'affaires :*** 10,6 milliards d'euros en 2021, + 27,5% par rapport à 2020 et + 13,1% par rapport à 2019. > Volume : 13 millions d'hl (144,8 millions de caisses) en 2021, +10,1% par rapport à 2020 et +4,2% par rapport à 2019.

Source : Fédération des exportateurs de vins et spiritueux de France (FEVS), février 2022.
Une caisse = 12 bouteilles (9 litres).

Dans la compétition mondiale

Les vins d'Occitanie séduisent à l'étranger : ils font 37% des volumes français exportés (84 % des IGP et 12 % des AOP hors champagne selon les données DRAAF 2019). Mais le chiffre en valeur tombe à 12%.

L'Europe est le premier client des AOP, devant les Etats-Unis et l'Asie. « *Notre marché numéro 1, ce sont les Etats-Unis, suivis de l'Angleterre*», précise Laurent Bouiges, directeur général de Sieur d'Arques, qui fait 60% de ses 35 M€ à l'étranger. Côté sud-ouest, l'export fait un tiers des ventes. « *On était à moins de 15% il y a dix ans*, relève Paul Fabre, directeur de l'interprofession IVSO. *Le changement climatique fait bouger les lignes, sans parler du contexte géopolitique*». Dans le contexte post-Covid, l'Organisation internationale du vin (OIV) affiche une prévision de récolte mondiale 2022 comparable à 2021, à 260 millions d'hectolitres. La consommation mondiale (235 Mhl) a gagné 0,6% en 2021, mais reculé de 18% en Chine.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 5650814600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Rayon Boissons

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Mensuelle**
Audience : **33325**
Sujet du média :
Agroalimentaire-Agriculture

Edition : **Decembre 2022 P.40-42**
Journalistes : **Ugo Brusetti**
Nombre de mots : **975**

ADOBESTOCK

Apéritifs traditionnels

Les grandes manœuvres ne font que commencer au sein de la catégorie des amers

Dossier

Un vide à combler. Dans une allée d'un grand hyper, un couple de soixantenaires cherche une bouteille bien précise. Ce flacon, désormais introuvable en GMS (hormis chez Monoprix), n'est autre que Campari. Face à cette absence, il choisira de ne rien prendre. Cette anecdote dit tout de l'impact du retrait de la marque italienne des rayons depuis le printemps dernier, mais aussi de son attachement auprès d'une cible vieillissante. La stratégie de Campari France est d'ailleurs claire : redynamiser le plus célèbre des bitters via le réseau hors-domicile. *« L'idée est d'y construire la demande sur le cocktail Campari spritz »*, résume Stéphane Cronier, directeur marketing de Campari France. Il note déjà un bond de + 25 % entre les étés 2021 et 2022 dans les établissements qui ont basculé sur cet usage par rapport à la précédente recommandation n°1 avec du tonic. Quant aux cavistes, ils ont vu leurs sorties exploser, *« notamment l'enseigne Nicolas qui a doublé ses ventes en quelques mois »*, souligne Stéphane Cronier. En attendant un retour de Campari par la grande porte en GMS dans les prochaines années, un autre emblème va s'engouffrer dans la brèche.

Martini a en effet décidé de remettre son bitter sur le devant de la scène. La tentative précédente remonte à près de 10 ans et n'avait pas été couronnée de suc-

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Apéritifs traditionnels

•••

cès. Contrairement à l'ancienne mouture qui arborait une ligne singulière, cette version reprend la bouteille emblématique de la signature originaire du Piémont. Le tout avec des étiquettes noires et dorées. Avec sa robe rouge écarlate et ses 25° au compteur, ce bitter se rapproche de Campari. L'americano fera office de cocktail phare dans les proportions suivantes : un tiers de bitter, un tiers de Martini rosso, de l'eau gazeuse et une rondelle d'orange. Bacardi-Martini fait donc preuve d'opportunisme et a pu prendre la température dès ce mois de décembre dans les hypers Carrefour.

Le chiffre
5,3 M€

C'est le CA réalisé par le format 70 cl d'Aperol depuis son arrivée dans les rayons en janvier dernier d'après son fabricant.

Mais l'opérateur n'en oublie pas de choyer le reste de sa gamme, notamment fiero qui, depuis son passage au format litre en 2021, affiche des performances plus conformes aux attentes. *« Avec ce produit, nous recrutons des consommateurs relativement jeunes »*, souligne Aude Mennweg, brand manager chez Bacardi-Martini. Conçue pour venir marcher sur les plates-bandes d'Aperol, cette cuvée en est encore très loin avec ses 300 000 litres écoulés. Il faut dire que la pépite vénitienne grandit toujours.

Aperol intouchable, Picon sur ses gardes

« Avec Aperol, nous devrions rentrer dans le top 15 des marques d'alcool tous circuits confondus », annonce Stéphane Cronier. Charge désormais à Campari France de faire aussi bien avec une signature récupérée cette année : Picon. Véritable icône dans le nord et l'est de la France, l'amer bière aux plus de quatre millions de litres vendus en grande distribution ne va pas mener de révolution dans un premier temps. *« Nous sommes encore en réflexion »*, enchaîne Stéphane Cronier qui prévient tout de même que, pour son groupe, les stratégies de *« repositionnement d'une marque passent par le CHR »*. Les grandes manœuvres ne font décidément que commencer ! ● **Ugo Brusetti**

« Si nous incluons fiero dans la famille des amers, son mode de consommation est différent d'un bitter classique puisqu'il se marie avec du tonic. L'arrêt de Campari nous permet donc de combler un vide avec Martini bitter. »

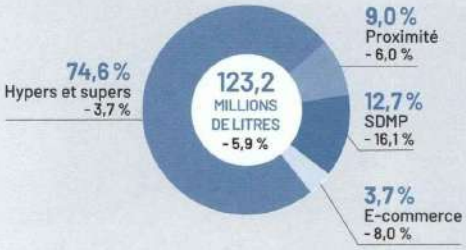
Aude Mennweg, brand manager chez Bacardi-Martini

Les sorties par circuit

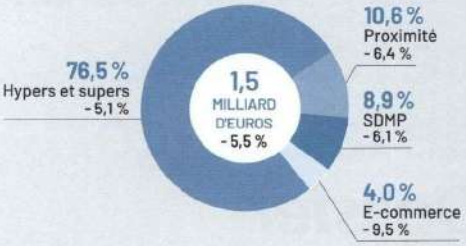
Ventes d'apéritifs traditionnels en hypers, supers, magasins de proximité, SDMP et e-commerce entre le 11 octobre 2021 et le 9 octobre 2022. Évolutions des ventes sur un an.

Source : NielsenIQ

VOLUME



VALEUR



Le e-commerce hors-ligne

Après plusieurs années de fortes progressions, les ventes en ligne (drive et livraison à domicile) battent de l'aile. De nombreuses catégories au sein des apéritifs y voient leurs sorties dégringoler à l'image des portos (- 13,1 %), des pineaux (- 15,6 %) ou des vins doux naturels (- 12,5 %). Lesquelles possèdent déjà des parts de marché sur le e-commerce plus faibles que sur l'ensemble des circuits.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 3076224600507

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Apéritifs traditionnels

Les segments à la loupe

Sorties en millions de litres des principaux segments d'apéritifs traditionnels en hypers, supers, magasins de proximité, SDMP et e-commerce sur 12 mois arrêtés au 9 octobre 2022. Évolutions sur un an.

Source : NielsenIQ

Les anisés rentrent dans le rang

La parenthèse enchantée durant la période Covid désormais refermée, les anisés retombent dans leurs travers et passent sous la barre symbolique du milliard d'euros. Cela n'empêche pas certaines marques de tirer leur épingle du jeu à l'image d'Henri Bardouin qui continue de progresser : + 5,2 % en volume et + 7,6 % en valeur sur un an selon son fabricant.

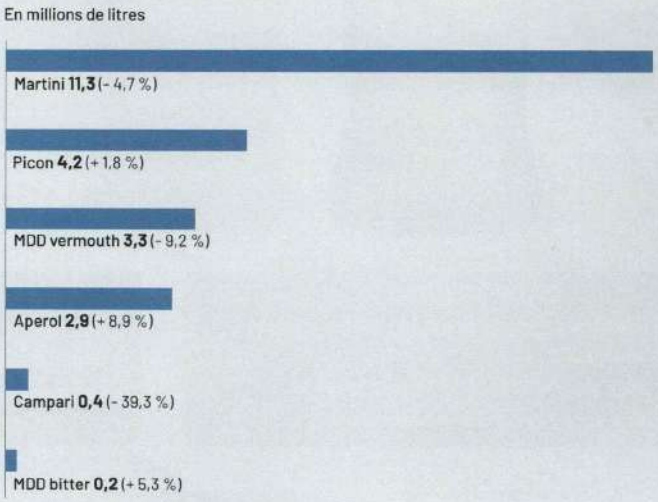
Le top des marques d'amer et d'ABV

Ventes en millions de litres des principales marques d'amers et d'apéritifs à base de vin en hypers, supers, magasins de proximité et drive entre le 8 novembre 2021 et le 6 novembre 2022. Évolutions sur un an.

Source : panels de distributeurs d'après fabricants

Les MDD en ordre dispersé

Si les me-too de Martini des distributeurs ont vu s'évaporer plus de 300 000 litres sur une année arrêtée au 6 novembre 2022, ceux de Campari et d'Aperol se portent bien. L'absence de la première citée depuis le mois d'avril dernier a certainement dû jouer en faveur de ces bitters MDD qui ont ainsi pu franchir la barre des 200 000 litres.



Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

STRATÉGIES LE 13H

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **N.C.**
Sujet du média : **Communication-Médias-Internet**

Edition : **14 decembre 2022**
P.27-29
Journalistes : **Romain Didrich**
Nombre de mots : **983**

«Halte au tout digital !», Romain Didrich (Kaizen Agency)

S. strategies.fr/actualites/marques/LQ1348463C/halte-au-tout-digital-romain-didrich-kaizen-agency.html

December 13, 2022

TRIBUNE 14/12/2022 - par Romain Didrich, co-président de Kaizen Agency

La présence en ligne d'une entreprise n'est pas la panacée, encore moins une solution miracle pour sortir d'une situation de crise. Rechercher à tout prix et sans prendre de hauteur un projet de digitalisation pourrait même s'avérer dangereux.

DR

Romain Didrich, co-président de Kaizen Agency.

Halte au tout digital, à la suprématie d'internet, au règne du click et du e-commerce. On ne compte plus le nombre d'entreprises qui se lancent, tête baissée, dans un projet de digitalisation, certaines dans l'optique de faire comme le concurrent. D'autres le font pour répondre aux injonctions de notre société qui ne jure désormais que par le virtuel. D'autres, encore, par simple vanité personnelle. Parce qu'il est toujours valorisant de pouvoir afficher une jolie vitrine qui chante les louanges de son activité, quand bien même serait-elle dématérialisée.

Bien sûr, une présence en ligne s'avère utile pour développer une activité commerciale (prestation de service, hôtellerie et restauration, vente de produits...). Elle n'est toutefois pas toujours nécessaire et peut même se révéler dangereuse. A défaut d'accompagnement

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

stratégique sur la question, certaines entreprises s'enlisent dans un projet de digitalisation mal ficelé, mal pensé, mal piloté. La perte de temps (et d'argent) qui s'ensuit n'est bien souvent pas négligeable, surtout pour les petites entreprises.

La vraie vie et le bon sens

Les ayatollah du digital oublient bien souvent un élément, un détail qui a toutefois son importance : le réel, la vraie vie, et le bon sens. Non, le digital n'est pas toujours la meilleure solution pour faire connaître son activité et se développer. En e-commerce, les places sont chères. Seule une poignée d'établissements «remontent» en première page de Google. Comment peut-on espérer être visible, avoir des «e-clients», lorsque l'entreprise n'apparaît qu'en troisième ou quatrième page du moteur de recherche ?

Prenons l'exemple d'un producteur de vin qui souhaite développer son activité. Sur la Toile, il sera confronté à des géants du secteur, des mastodontes comme Nicolas, Cash Vin, Dock du Vin... Difficile, voire impossible, dès lors, pour ce producteur de tirer son épingle du jeu en ligne. S'il souhaite faire connaître sa marque et son produit, mieux vaut établir avec lui, et pour lui, une stratégie à son échelle, par exemple autour de petits événements physiques et de proximité (stand sur des marchés, présence dans des salons...). Et s'il parvient à développer son chiffre d'affaires et à fidéliser sa clientèle, alors il pourra envisager sereinement une stratégie e-commerce, adaptée à son activité et à sa cible. En effet, les clients fidélisés sur les marchés seront les premiers à naviguer sur le site du producteur et donc, les premiers à acheter en ligne.

La logique est la même pour les petits commerçants, notamment dans l'univers du prêt-à-porter. Comment des boutiques de quartier peuvent-elles se démarquer sur internet face à des marques comme H&M, Promod, Ba&Sh, mais aussi des plateformes comme Amazon, Shein, Veepee...? Chercher une très grande visibilité en ligne n'a, dans ce cas, que peu d'intérêt. Le principal client de ce type de commerce est un consommateur local. C'est d'ailleurs parce qu'il est ultra-local que celui-ci est bien souvent très fidèle. Pour un tel commerce de proximité, la clientèle ne se fait pas en ligne, mais dans la rue. Avant de chercher une présence en ligne, il est ainsi indispensable de penser à la visibilité de la boutique. Est-elle suffisamment éclairée ? Est-elle située dans une zone passante ? Ses horaires d'ouverture sont-ils clairement affichés ? Ces questions peuvent paraître anodines mais, bien souvent, elles passent à la trappe alors qu'elles sont pourtant indispensables avant d'envisager tout chantier digital.

Se reposer sur la puissance de célèbres plateformes

Qu'en est-il pour les professions libérales, les auto-entrepreneurs et autres acteurs qui n'ont ni pignon sur rue ni objet matérialisable à vendre ? Ces acteurs doivent effectivement, d'une manière ou d'une autre, déployer leur visibilité en ligne (sauf s'ils disposent d'une solide réputation et qu'ils ont la possibilité de se développer uniquement grâce au «bouche à oreille». C'est rare, mais ça existe). Ces professions n'ont pas nécessairement besoin d'avoir leur propre site et ont la possibilité de se reposer sur la puissance de célèbres plateformes. Les kinésithérapeutes, ostéopathes, podologues... peuvent ainsi compter sur le rayonnement de Doctolib.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7466424600524

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Ils ont la possibilité de se présenter, d'indiquer leur activité, leur mode d'exercice, leurs tarifs, et même de diffuser des photos d'eux et de leur cabinet. Il en va de même pour les restaurants, les hôtels ou les gîtes, qui peuvent très largement se présenter via des sites spécialisés comme Booking ou TheFork. Nombreux sont les établissements qui font le choix de ne pas avoir de site propre et de n'être visibles que sur ces plateformes. D'autres entreprises optent pour une solution encore plus simple et se limitent à une page Facebook ou une référence Google via une fiche d'établissement (anciennement connue sous le nom «Google my business») . Une présence a minima sur la Toile mais qui, dans certains cas, suffit à atteindre son but final : augmenter son chiffre d'affaires.

Mieux vaut ainsi, pour un grand nombre d'acteurs, une présence simple et efficace sur la Toile qu'une stratégie complexe, chronophage et coûteuse. Car oui, digitaliser son activité n'est pas une mince affaire. Elle suppose à la fois d'avoir un regard global sur le secteur, sur l'activité, sur la zone géographique, sur les objectifs commerciaux... Elle suppose ensuite de déterminer la meilleure stratégie possible. Cette stratégie prend en compte la création d'un site, mais aussi son référencement sur les moteurs de recherche. Un projet complet et, à certains égards complexe, qui suppose à la fois d'en avoir les moyens financiers et de s'entourer des bonnes personnes. Des prestataires aguerris et éclairés qui sont capables d'avoir non seulement un regard technique mais également une vision stratégique et globale. Sans cela, digitalisation pourrait bien rimer avec damnation.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7466424600524

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

l'yonne républicaine

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **129000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **16 décembre 2022**

P.8

Journalistes : **Lydia Berthomieu**

Nombre de mots : **749**

AVANTAGES. Le liège est la matière la plus utilisée en France, pour environ 70 % des bouteilles de vin par rapport aux autres bouchons : synthétiques, en amidon de maïs ou capsules à vis. Elle est en effet naturelle, isolante ou encore souple. PHOTO D'ILLUSTRATION F.-X. GUTTON

> “Les premières boîtes seront déposées chez les cavistes, restaurants, cafés, dans les mairies du Grand Auxerrois”

Le bouchon, du vin au recyclage

Collecte

Des points de collecte pour les bouchons en liège : dans les prochaines semaines, des boîtes en carton vont être disséminées dans le Grand Auxerrois. Une démarche solidaire permettant de recycler cette matière naturelle.

Lydia Berthomieu
lydia.berthomieu@centrefrance.com

Ils permettent de conserver le vin pendant des années. Au moment de le déguster, tout un rituel entre en œuvre. Mais une fois terminé, si la bouteille est déposée dans le bac de recyclage, le bouchon en liège finit, lui, le plus souvent à la poubelle ou dans un vase qui sert de décoration.

« J'aimerais qu'il y ait des bacs de collecte comme ceux pour le verre ou les emballages », avance Mélody Le Toqueu. Depuis un an, cette Icaunaise, animatrice et formatrice en dégustation et œnotourisme, a lancé sa société Oeno Mélo *(lire par ailleurs)*. Cette fois, voulant mettre à profit son réseau, la jeune femme a décidé de mettre en place des points de collecte pour les bouchons pour permettre de les recycler. « C'est un geste simple. L'idée m'est venue parce que c'est quelque chose que je faisais déjà pour les bouchons en plastique, et que de plus en plus de choses se font recycler. »

Pour mettre en œuvre cette idée, elle s'est rapprochée de France cancer. « C'est une association qui a plus de 20 ans, basée à Cannes, mais qui essaime partout en France », explique Mélody Le Toqueu. La structure récupère les bouchons collectés, puis les revend à des entreprises qui les recyclent. Avec les fonds, elle œuvre à la lutte contre le cancer tout au long de l'année.

Panneau acoustique, semelle, isolant…

Aujourd'hui, divers points de collecte sont disséminés partout en France et en région, par exemple en Saône-et-Loire, en Côte-d'Or ou dans le Jura. Mais pas encore dans l'Yonne. « Je me propose de mettre cela en place et de le chapeauter. » Une fois les bouchons collectés, Mélody Le Toqueu va les stocker. « Il faut deux tonnes, soit environ deux palettes que je stockerai dans mon garage. Cela doit se faire tout au long de l'année, il n'y a pas de date limite. J'aimerais quelque chose de pérenne. »

Une fois récupérés par l'association, les bouchons prendront la direction des Landes, au sein de l'entreprise Agglolux CBL. Cette dernière broie et les transforme les bouchons en liège en isolant thermique, panneau acoustique, semelle, fibre textile, etc. Une autre entreprise, en Belgique, récupère les bouchons synthétiques.

Si la mise en place des points de collecte est pour l'heure toujours en cours de réalisation, Mélody Le Toqueu a déjà reçu de nombreuses sollicitations. « J'ai été harcelée de messages. Certains professionnels m'ont dit qu'ils avaient des cartons pour moi. Je suis dans le domaine du vin, alors je côtoie beaucoup de restaurateurs et de vigneron », poursuit-elle.

Les particuliers pourront aussi déposer leurs bouchons. « Les premières boîtes seront déposées chez les cavistes, restaurants, cafés, dans les mairies du Grand Auxerrois », énumère Mélody Le Toqueu, qui cite notamment le V & B, le snack du camping d'Accolay, l'épicerie de Monéteau ou encore le Grand hôtel du commerce à Seignelay.

« Au début, je pensais simplement déposer des petits cartons décorés dans les mairies. Mais je suis en train de voir si on pourrait déposer un bac de collecte fait à partir de bouchon synthétique, de 100 litres, à Chablis. J'attends la réponse de France cancer », explique Mélody Le Toqueu, qui devrait donner la liste complète des points de collecte dans les prochaines semaines. ■

Mais aussi. Lancée par la Fédération française du liège, la plateforme en ligne Planète liège œuvre à la promotion du recyclage des bouchons depuis les années 2010, également en faveur d'associations caritatives. Elle répertorie deux autres sites de collecte dans l'Yonne, au caviste Nicolas à Sens et au domaine de l'Abbaye du Petit Quincy pour l'association Loukas un sourire pour la vie.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7847524600506

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

LSA

www.lsa-conso.fr

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **584030**
Sujet du média : **Economie - Services**

23 Novembre 2022
Journalistes : **Sylvie Leboulenger**
Nombre de mots : **311**

Visualiser l'article

Vinventions propose un seau à glace fabriqué à partir de bouchons recyclés

Le seau à glace créé pour Vinventions.

Vinventions, producteur de solutions de bouchage, a développé un seau à glace à partir de bouchons synthétiques recyclés, et cela en partenariat avec Retorno et Italesse, fournisseur de produits professionnels pour le service du vin (verres, seaux à vin, carafes, ...). Depuis plus de 10 ans, Vinventions développe des programmes de collecte, de tri et de recyclage de ses bouchons de vin. Cette collecte a permis de constituer un stock important de bouchons usagés. " *En 2021, 84 tonnes de nos bouchons pour vins tranquilles ont été collectés en France à travers nos différents partenariats avec des associations caritatives comme France Cancer ainsi qu'avec le caviste Nicolas et ses 500 magasins"* , explique Romain Thomas, responsable produit Nomacorc chez Vinventions.

Un produit qui a du sens

" *Nous voulions valoriser ces bouchons collectés et les recycler en un produit qui aurait du sens pour nos clients. C'est là qu'est née l'idée de créer un seau à glace fabriqué à partir de nos propres bouchons, collectés sur le marché",* poursuit Stéphane Vidal, directeur général Europe de Vinventions. Pour mener à bien ce projet, Vinventions s'est associé à Retorno, une entreprise belge spécialisée dans la valorisation des matériaux recyclables. " *Nous avons créé la matière première à partir des bouchons collectés par Vinventions et construit tout le processus pour fabriquer ce produit",* explique Marc Thometschek, co-fondateur de la société Retorno.

" *L'ambition de Vinventions est d'étendre ce programme de collecte de bouchons au fil des ans. La vente des seaux Vinny contribuera à financer encore davantage tous les efforts de collecte que nous déployons sur le marché"* , déclare Stéphane Vidal. Selon nos sources, un acteur de la GMS profiterait de la prochaine semaine du développement durable pour installer

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

une collecte de bouchons usagés dans ses magasins.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 368039093

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **95992**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

28 Novembre 2022
Journalistes : **Marion Bazireau**
Nombre de mots : **256**

www.vitisphere.com

Visualiser l'article

Economie circulaire Quand des bouchons de vin se transforment en seaux à glace

Le fournisseur Vinventions collecte ses bouchons pour en faire des seaux à glace. Ils sont distribués par la société Italesse, spécialisée dans les produits de service du vin.

Ce seau est commercialisé par Italesse, un fournisseur de verres, seaux à vin, ou carafes. - crédit photo : Vinventions

Depuis plus de dix ans, Vinventions collecte ses bouchons sur ses principaux marchés. *« Nous nous sommes constitué un stock considérable de bouchons usagés et voulions les recycler en un produit qui aurait du sens pour nos clients. C'est là qu'est née l'idée de créer un seau à glace »* explique Stéphane Vidal, directeur général Europe de Vinventions, dans un communiqué.

Pour mener à bien ce projet d'économie circulaire, le bouchonnier s'est associé à Retorno, une entreprise belge spécialisée dans la valorisation des matériaux recyclables.

84 tonnes de bouchons collectés

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

« En 2021, 84 tonnes de nos bouchons pour vins tranquilles ont été collectés en France à travers nos différents partenariats avec des associations caritatives comme France Cancer ainsi qu'avec le ***caviste français Nicolas*** *dans plus de 500 magasins »* ajoute Romain Thomas, responsable de la gamme Nomacorc, qui indique que les ventes des seaux Vinny permettra à Vinvention d'étendre son programme de collecte de bouchons au fil des ans.

Pour mettre ce seau à disposition de l'industrie du vin, Vinventions et Retorno se sont associés à Italesse, un fournisseur de verres, seaux à vin, ou carafes. Le produit peut être personnalisé à la demande du client.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 368038714

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

L'Ardennais

www.lardennais.fr

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Audience : **222117**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

18 Decembre 2022
Journalistes : **Thomas Crouzet**
Nombre de mots : **774**

Visualiser l'article

Quatre actualités qui ont marqué le monde du champagne en 2022

Un champagne à déguster dans l'espace, un film de Nicolas Vanier au coeur du vignoble, et surtout, une vendange exceptionnelle. Retour sur un millésime 2022 riche en événements.

1 / 2022, le millésime le plus solaire de l'histoire de la Champagne

Après la pluie, vient le beau temps. Alors que l'année 2021 fut l'année la plus pluvieuse de l'histoire de la Champagne, l'année 2022 a été la plus solaire. Le Comité Champagne a relevé 10 à 30 % d'ensoleillement supérieur à la moyenne décennale. En résulte un millésime prometteur, qui redonne le sourire à la profession.

Avec une qualité sanitaire exemplaire, la récolte a pu être rentrée sereinement dès le mois d'août, et en quantité. Le rendement à 12 000 kilos à l'hectare fixé par l'interprofession champenoise a été largement dépassé, avec un rendement agronomique moyen donné à 14 000kg/ha. Une partie de la Champagne a donc pu profiter de l'année pour reconstituer ses réserves.

Qualitative, quantitative, cette vendange anormalement solaire a donné lieu à des vins particulièrement concentrés en sucre.

Suffisant pour faire de cette année un grand millésime ? S'il est encore trop tôt pour connaître tout le potentiel des vins de l'année, les chefs de cave s'accordent à dire que la vendange 2022 restera dans toutes les mémoires.

2 / Sortie du film Champagne ! de Nicolas Vanier

En juin dernier, sortait au cinéma le film Champagne ! de Nicolas Vanier. L'équipe du film a tourné plusieurs scènes à Épernay et dans le vignoble alentour surtout en extérieur et à la Villa des Trois-Clochers à Villers-Allerand. Les repérages ont eu lieu en août 2020 et le tournage a débuté en mai 2021. Pour se préparer au mieux, toute l'équipe a fait des visites de vignoble et de cave. Autant dire, que les locaux se souviendront longtemps de ce tournage qui s'est visiblement bien passé.

« Je m'imaginais beaucoup de luxe, des grands patrons, des grands domaines en venant tourner ici et c'est tout le contraire que j'ai pu observer, a révélé Nicolas Vanier. À travers ce film, je veux que l'on voie le côté festif et gustatif, les arômes, le terroir ».

Désormais disponible en vidéo à la demande, le film raconte l'histoire d'une bande de copains : Jean, Patrick, Joanna, Romane et Guillaume qui se connaissent depuis plus de trente ans. Ils se retrouvent en Champagne pour l'enterrement de vie de garçon de Patrick. Mais la future épouse ne fait pas l'unanimité. Au programme : fous rires, engueulades et réconciliations...

3 / À bord de l'Orient-Express, de Reims à Venise dans l'ambiance Clicquot

La maison Veuve Clicquot soufflait cette année sa 250e bougie. L'occasion de lancer une série de festivités, comme ce voyage d'exception. Le dimanche 5 juin, un train hors du commun faisait son entrée en gare de Reims, sous les yeux pétillants des voyageurs présents sur le quai. Le mythique Venise-Simplon-Orient-Express a fait escale dans la cité des sacres, le temps d'accueillir à son bord 124 passagers privilégiés, détenteurs d'un billet pour Venise.

Au programme de ces 24 heures de voyage, dégustation de cuvées de prestige, spectacles musicaux et accords mets et vins préparés par le chef Jean Imbert (connu du grand public par sa victoire en 2012 dans l'émission Top Chef), sous les couleurs du champagne Veuve Clicquot.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Le départ fut sonné à 17 h 25 depuis le quai rémois, direction les îles vénitiennes après un bref passage par les Alpes. Arrivés sur place, les voyageurs ont pu prendre un bateau pour l'île de la Guidecca, pour un dîner de clôture au coucher du soleil.

4 / Les familles Henriot et Pinault s'unissent

C'est l'opération économique de l'année. Le groupe champenois Maisons & Domaines Henriot a annoncé fin septembre sa fusion avec Artémis Domaines, propriété du milliardaire François Pinault. Une opération majeure qui permet aux entités de mettre en commun leurs domaines viticoles, dont le champagne Henriot, basé à Reims. La valorisation de l'ensemble du nouveau groupe est estimée à 750 millions d'euros

Un projet qui revêt « une véritable pertinence économique » pour Gilles de Larouzière Henriot, PDG du champagne Henriot.

« Cela va nous ouvrir des possibilités d'investissements significatifs. Je me bats également pour la montée en gamme de nos vins. Avec le savoir-faire et le positionnement de la famille Pinault, nous allons pouvoir donner un coup d'accélérateur dans cette direction. »

Avec cette prise de position au sein du champagne Henriot ainsi qu'au champagne Jacquesson, François Pinault signe son arrivée en Champagne cette année, faisait du pied à son concurrent de toujours, Bernard Arnault.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 368047800

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Terre de Vins

www.terredevins.com

Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
Audience : **57674**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

20 Decembre 2022
Journalistes :
Jean-Michel Brouard
Nombre de mots : **707**

Visualiser l'article

Nomacorc Blue Line, premiers bouchons synthétiques labelisés « Net Zero Plastic to Nature »

L'entreprise Vinventions productrice des bouchons Nomacorc vient d'obtenir ce label exigeant garantissant un impact environnemental neutre pour sa dernière gamme lancée en mai 2021.

La démarche est courageuse, reconnaissons-le. Une entreprise, dont les produits sont à l'heure actuelle essentiellement réalisés à partir de plastique d'origine fossile, s'expose nécessairement lorsqu'elle communique sur son impact environnemental. Pour autant, c'est avec une transparence encore assez rare que Vinventions a présenté ses initiatives permettant de mesurer et de compenser l'impact lié à la production de sa gamme Blue Line. Déjà, de quoi s'agit-il ? Romain Thomas, chef de produit Nomacorc, nous explique ainsi qu'actuellement, « *l'entreprise propose à ses clients 3 gammes différentes. La Red Line (32,5% de la production), la plus ancienne, est composée de bouchons d'entrée de gamme entièrement composés de plastiques d'origine fossile. Conscients de l'empreinte carbone liée et des évolutions indispensables pour lutter notamment contre le réchauffement climatique, la Green Line (60% de la production) a ainsi été développée et mise sur le marché à partir de 2013. Les différents bouchons qui sont ainsi estampillés proviennent de matières premières durables et renouvelables, dérivées de la canne à sucre. Enfin, la Blue Line (7,5% de la production) vient apporter une solution notamment aux attentes de la grande distribution en matière d'utilisation de plastiques recyclés dans tout ce qui touche aux emballages dont les bouchons font partie* ». Cette Blue Line se compose donc de bouchons fabriqués à part égale de plastique d'origine fossile ainsi que de plastique recyclé. Green et Blue lines sont en constante progression dans la production globale de l'entreprise, « *l'objectif étant de ne plus avoir de Red Line à terme* » précise Romain. Si la Green Line était déjà reconnue avoir une empreinte carbone neutre, VInventions a souhaité que sa gamme Blue Line puisse avoir pour sa part une empreinte plastique neutre sur l'environnement.

Un label obtenu après 2 ans de travail

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Après avoir identifié plusieurs entreprises susceptibles de délivrer des labels relatifs à l'empreinte plastique, Vinventions s'est tourné vers South Pole, une entreprise reconnue pour la qualité de ses actions en la matière. « *Nous avons travaillé pendant 2 ans avec South Pole, initialement à partir d'estimations de production puis en réajustant nos données avec des chiffres réels* » poursuit Romain. 3 étapes successives ont été nécessaires. Tout d'abord, estimer la quantité de plastiques utilisés au regard de la production et, in fine, la part rejetée dans la nature. Selon les marchés où les produits sont présents, les politiques publiques de collecte des déchets ne sont pas toutes aussi efficaces. « *Si 95% de nos produits sont collectés par les municipalités en France, l'un de nos marchés principaux, ce taux tombe à 75%/80% en Italie, autre marché clé* », renchérit Romain. Par conséquent, les actions de collecte complémentaire à mettre en oeuvre ne sont pas de dimensions similaires selon les pays. En tout état de cause, dans cet objectif d'empreinte plastique neutre, des bacs de collecte doivent donc être installés pour capter une part complémentaire de produits non classiquement récupérés. C'est ainsi que l'entreprise a par exemple mis en place ces bacs dans les magasins Nicolas en France auxquels s'ajouteront en 2023 une centaine de points de collecte complémentaires grâce à un partenaire dans la grande distribution. Mais bien sûr, il demeure un reliquat de quantité de plastique non traité. C'est là que South Pole indique à Vinventions le montant à investir pour soutenir des associations luttant pour la récupération de plastique dans la nature. La société a souhaité s'associer avec M. et Mme Recyclage , partenaire qui la met en lien avec plusieurs associations spécialisées intervenant sur ces problématiques en Méditerranée (4 à ce jour : MILVI, Clean my calanque, 1 déchet par jour et Sauvage Méditerranée). 12 500€ ont été ainsi donnés pour financer des projets en 2022, le double étant attendu compte tenu de la part croissante de la Blue Line dans la production (et à isopérimètre en matière de taux de collecte publique). In fine, la société utilise bien évidemment du plastique mais celui-ci est en partie recyclable et surtout son engagement permet de limiter l'utilité négative de son action.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

AGRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **4273**
Sujet du média : **Agroalimentaire-Agriculture**

27 Décembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **3138**

www.agra.fr

Visualiser l'article

Agrafil du 16 décembre 2022

Syndicalisme: Christiane Lambert ne briguera pas de 3e mandat à la tête de la FNSEA

Alors que doit se tenir à Angers en mars un congrès électif, Christiane Lambert ne briguera pas de troisième mandat de présidente de la FNSEA, contrairement à ses deux prédécesseurs, a-t-elle annoncé à Agra Presse. Sa décision a été communiquée ce 15 décembre au conseil d'administration de la FNSEA. L'éleveuse du Maine-et-Loire conservera ses fonctions au Copa (agriculteurs européens), dont elle a été réélue présidente en septembre pour un deuxième mandat de deux ans. Marquée par la disparition brutale de ses deux prédécesseurs, Xavier Beulin, au cours de son mandat, et Jean-Michel Lemétayer, trois ans après la fin de ses responsabilités nationales, Christiane Lambert, «veut une vie après la FNSEA», confie-t-elle à Agra Presse. Par ailleurs, elle et son mari administrateur de Terrena s'apprêtent à céder leur exploitation à leur fils et leur salariée. «Je veux pouvoir les accompagner comme je l'ai été moi-même lors de mon installation», ajoute Christiane Lambert. «Je suis satisfaite d'avoir remis l'alimentation au centre des préoccupations des Français», se félicite la première femme à avoir présidé le CNJA, en 1994, puis la FNSEA en 2017.

FNSEA: Arnaud Rousseau candidat à la succession de Christiane Lambert

Lors du conseil d'administration de la FNSEA ce 15 décembre, le premier vice-président Arnaud Rousseau a annoncé sa candidature à la succession de Christiane Lambert, lors du prochain congrès d'Angers en mars, a indiqué cette dernière à l'AFP. Une information confirmée par le syndicat majoritaire. Cette annonce est intervenue après que Christiane Lambert a annoncé qu'elle ne briguerait pas de troisième mandat. Arnaud Rousseau est originaire de Seine-et-Marne, où il dirige une exploitation agricole spécialisée en grandes cultures et cultures industrielles: colza, protéagineux, blé, betteraves et maïs. En 2017, Arnaud Rousseau avait succédé à Xavier Beulin à la présidence du groupe Avril. Lors de sa prise de parole devant le conseil d'administration de la FNSEA, il n'a pas précisé s'il envisageait de garder les deux casquettes. Arnaud Rousseau est par ailleurs président de la Fop (producteurs d'oléoprotéagineux). En tant que premier vice-président de la FNSEA, il a été en charge de la négociation de la Pac 2023 pour le syndicat majoritaire. Aucun autre élu ne s'est porté candidat ce matin, précise-t-on à la FNSEA.

Solaire: les députés encadrent le photovoltaïque au sol

L'Assemblée nationale a adopté, lors de l'examen du projet de loi AER (énergies renouvelables) le 14 décembre, l'article sur l'encadrement des installations dites «agrivoltaïques» (photovoltaïque avec bénéfices pour l'agriculture). Un amendement, soutenu par la députée Aurélie Trouvé (LFI), restreint le photovoltaïsme au sol en le limitant à «des sols réputés incultes ou non exploités depuis au moins dix ans à la date de promulgation de la loi». Cela constitue une réponse aux Jeunes agriculteurs, lesquels avaient réclamé une interdiction du photovoltaïque au sol sur les terres agricoles. Autre amendement adopté, celui du rapporteur revient sur la compatibilité de telles installations avec l'activité agricole. C'était un point d'achoppement, lors de l'examen du PJL en commission: plusieurs groupes de l'Assemblée, craignant une «libéralisation» du photovoltaïque au sol, voulaient que cette compatibilité s'apprécie à la parcelle. Le texte adopté le 14 décembre prévoit finalement de l'évaluer à l'échelle de l'unité foncière (îlot). Par ailleurs, un avis simple de la CDPenaf est requis pour la définition des surfaces ouvertes à un projet photovoltaïque, fixée par arrêté préfectoral.

Comptes de l'agriculture: nouvelle hausse du «PIB agricole» français attendue en 2022

À l'occasion de la réunion de la Commission des comptes de l'agriculture de la Nation (CCAN) le 15 décembre, l'Insee a publié ses chiffres prévisionnels provisoires pour l'année 2022, marquée par la guerre en Ukraine, l'influenza aviaire et la sécheresse. L'Insee observe un nouveau rebond de 18,2% en euros courants de l'équivalent agricole du PIB (valeur ajoutée brute au coût des facteurs), après la hausse de 11,5% en 2021. Rapportée à l'actif, la hausse est de 19,2%, et de 16,4% en euros constants, dans la tendance positive observée depuis le début des années 2000. La hausse de la valeur ajoutée par actif reste portée par la baisse de l'emploi (-0,9%, contre -0,2% l'an passé) et surtout la progression des prix (+16,5%), notamment en céréales (+33,2%), volailles (+34,9%), bétail (+20,6%) et lait (+16,9%). Les volumes sont stables (+0,8%), masquant un rebond du vin (+32,2%) et des fruits (+21,8%) après le gel de 2021, et des revers en céréales (-10,9%), fourrages (-16,5%), liés à la sécheresse, et en volaille (-9,6%), à cause de l'influenza aviaire. Les consommations intermédiaires flambent en valeur de 18,1%, après avoir plus légèrement augmenté l'an passé. Cela s'explique essentiellement par la flambée des engrais et amendements (+78,4%), des prix de l'énergie (+39,1%), des engrais et des aliments pour animaux (+22,1%).

Influenza: avec plus de 130 cas, le grand Ouest est «sur une ligne de crête» (Anvol)

Avec 77 nouveaux foyers d'influenza aviaire en moins de dix jours, le grand Ouest est «sur une ligne de crête» face à la

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

progression rapide de la maladie, indique Yann Nédélec, le directeur d'Anvol (interprofession des volailles de chair) à Agra Presse le 14 décembre. Selon le dernier bilan du ministère de l'Agriculture au 14 décembre, la France compte 191 foyers en élevage (contre 114 au 5 décembre). Tous les nouveaux cas sont situés dans une zone à cheval sur la Vendée (75 foyers en tout), le Maine-et-Loire (31) et les Deux-Sèvres (30), qui cumule 136 élevages touchés. Selon Yann Nédélec, l'épizootie y est entrée «dans sa phase dure», avec des capacités de mise à mort des animaux dépassées «ponctuellement». Une situation toutefois «sans commune mesure» avec celle du printemps 2022, qui avait vu les capacités d'euthanasie, d'abattage et d'équarrissage débordées. Concernant les mesures de lutte, elles n'ont pas changé depuis l'annonce, début décembre par le ministère, d'une «dédensification» dans l'Ouest (dépeuplements préventifs autour des foyers, réforme anticipée dans un périmètre plus large). «Nous n'avons pas encore atteint le plateau» de l'épizootie, note le directeur d'Anvol, espérant «y voir plus clair à la mi-janvier».

Coopératives: Philippe Mangin quitte la présidence d'InVivo

À l'occasion de la convention d'InVivo le 14 décembre à Paris, Philippe Mangin a annoncé son départ de la présidence du groupe qu'il occupait depuis 2011, alors qu'il avait annoncé cinq jours plus tôt quitter la coopérative lorraine EMC2, qu'il présidait depuis trente ans. L'exploitant agricole meusien a fait savoir devant 1800 congressistes qu'il passerait dans quelques jours «les clés de la maison à une nouvelle équipe» rapporte le média Agro distribution. Après avoir remercié Philippe Mangin pour le travail accompli, Jérôme Calleau, président délégué d'InVivo, a précisé que le conseil d'administration s'était mis à l'ouvrage, en travaillant notamment sur «l'évolution de la gouvernance pour faire face, avec la taille d'un groupe qui a complètement changé, aux défis réglementaires, climatiques, environnementaux et sociétaux», a-t-il indiqué à Agro distribution. Avant de se consacrer à la présidence d'InVivo, Philippe Mangin a exercé de nombreuses responsabilités dans les organisations professionnelles agricoles, en particulier aux Jeunes agriculteurs, dont il a été le président entre 1990 et 1992.

Coopératives: la plateforme en ligne d'InVivo passe le cap des 130 M€ de ventes

Lancée en décembre 2020, la plateforme Aladin.farm, développée par InVivo Digital Factory, a passé le cap des 130 M€ de ventes en ligne en juin 2022, informe un communiqué du 8 décembre. «Les perspectives 2023 sont tout autant positives, assure la plateforme. Les prévisions prévoient un doublement du volume des ventes sur la plateforme d'ici juin prochain.» Aladin.farm est passé de neuf coopératives pilotes à 24 coopératives et filiales de négoce partenaires aujourd'hui. La plateforme permet à une coopérative de vendre l'ensemble de ses services auprès de ses adhérents. Elle est désormais accessible à plus de 80 000 agriculteurs et à 1000 techniciens. Côté fournisseurs, 90% des entreprises du marché de l'approvisionnement agricole en France sont représentées sur la plateforme. L'outil est bien adopté, constatent les équipes d'InVivo: 67% des techniciens l'utilisent, et 80% des agriculteurs utilisateurs ont effectué plus de deux commandes sur le site. Le panier moyen est de 8000 € en période d'approvisionnement et de 3000 € en période de réapprovisionnement. «Cela montre la confiance des agriculteurs», assure Charlotte Grandbastien, la responsable du développement et du déploiement de la plateforme.

Céréales ukrainiennes: 14 Mt exportées grâce à l'accord d'Istanbul, selon l'ONU

«Plus de 14 millions de tonnes de céréales ont pu être exportées jusqu'à présent depuis les ports ukrainiens grâce à l'Initiative de la mer Noire», a annoncé le 15 décembre lors d'un point presse à Genève la responsable de la Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement (Cnuced), Rebeca Grynspan. Tout en indiquant qu'il s'agissait de volumes «très importants pour le marché», mais qu'ils «restaient encore inférieurs au niveau de 2021». La responsable onusienne a également souligné l'impact de l'accord d'Istanbul (conclu le 22 juillet et prorogé le 17 novembre de 120 jours) qui a permis de réduire depuis sept mois consécutifs les prix mondiaux des produits alimentaires. À cette occasion, Rebeca Grynspan a également réfuté les accusations de ceux qui affirment que les céréales ukrainiennes sont expédiées dans les pays riches, et non dans les pays en développement. À cet égard, elle a expliqué qu'il fallait différencier les exportations de céréales pour le bétail, qui concernent les pays développés, et celles destinées à la consommation humaine pour les populations les plus vulnérables.

Climat : 40,2 Mt de CO2 agricole évitables en France à partir de 55 €/t (étude)

Près de 40,2 Mt de CO 2 , dont 36,2 Mt de carbone stockés dans le sol et la biomasse, pourraient être évitées par an par l'agriculture française à partir d'un coût du carbone à 55 €/t, selon un article publié début décembre dans la revue Journal of cleaner production par des chercheurs de l'Inrae. Basée sur un maintien des pratiques pendant 30 ans, cette nouvelle estimation dépasse de loin la cible de la Stratégie nationale bas carbone (SNBC), à 10 Mt stockables, et représente près de

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

45% des émissions annuelles du secteur. Les chercheurs ont appliqué des modèles de prédiction d'émissions et de stockages aux données du registre parcellaire et du recensement agricole, aboutissant à une étude «à haute résolution spatiale». Pour chaque maille de 8 km par 8 km, les auteurs ont exploré le potentiel climatique de huit changements de pratiques, en analysant leur coût de mise en place et les éventuels gains économiques associés. «Au total, les pratiques les plus efficaces en termes de coûts à l'échelle nationale sont l'enherbement des vignobles, l'agroforesterie, les couverts végétaux et les haies», notent les auteurs. À l'inverse, l'agriculture de conservation n'a pas été prise en compte, car «des articles récents ont montré que ces pratiques n'ont pas d'effet sur le carbone du sol à l'échelle du profil». Dans le cadre du label Bas carbone, l'association France Carbon Agri commercialise ses crédits pour environ 38 €/t.

Broyage des poussins: L214 réclame l'ovosexage pour toutes les espèces de volailles

À quelques jours de l'entrée en vigueur de l'interdiction d'éliminer les poussins mâles dans la filière des poules pondeuses, L214 exige «l'interdiction du broyage des poussins dans les couvoirs, toutes filières confondues», d'après un communiqué du 15 décembre. L'association abolitionniste illustre sa demande par une vidéo tournée dans le couvoir Caringa Sud-Ouest, à l'Isle-Jourdain (Gers), contre lequel elle porte plainte. Dans cette filiale de la coopérative Maïsadour, «spécialisée dans l'accouvage des volailles dites traditionnelles et festives», «des milliers de poussins sont jetés vivants dans une broyeuse, chaque semaine», rapporte L214. Ce couvoir livre «environ 300 000 poussins dans les élevages» par semaine. Une partie des poussins qui y naissent sont triés, «car certains élevages ne souhaitent recevoir que des mâles ou, inversement, que des femelles», afin notamment d'homogénéiser les lots. «D'autres poussins sont écartés de la vente (poussin trop petit, plumage humide, cordon mal cicatrisé, malformation, etc.)», relève l'association, qui demande que «tous les poussins et autres oisillons qui font l'objet d'un sexage soient sexés in ovo», à l'instar de la filière poules pondeuses.

Broyage des poussins: en Israël, des poules pondeuses ne donnent que des femelles

L'institut israélien Volcani (recherche agronomique) et la start-up américano-israélienne Huminn ont annoncé, le 13 décembre, la création d'une souche de poules pondeuses ne mettant au monde que des femelles, évitant ainsi d'éliminer les poussins mâles à la naissance, apprend-on sur le site CTech. Cette technologie consiste à modifier les chromosomes sexuels pour «prévenir le développement des embryons mâles», précise le média israélien. «Les embryons femelles (qui portent le chromosome W) se développent normalement sans être génétiquement modifiés et éclosent normalement», explique l'expert en embryologie Yuval Cinnamon, cité par l'AFP. D'après l'agence de presse, «cette nouvelle technique doit être commercialisée par Huminn Poultry dans un à deux ans». Comme le précise Ctech , «l'entreprise a déclaré que le directeur général à la Santé et à la sécurité alimentaire de l'UE a examiné la technologie et confirmé que la poule pondeuse et les oeufs peuvent être commercialisés, comme c'est actuellement le cas». Dans l'UE, seuls deux États membres de l'UE ont interdit l'élimination des poussins mâles: la France et l'Allemagne. Ils ont choisi la technique de l'ovosexage (détection du sexe dans l'oeuf), face à la défiance des consommateurs envers les organismes génétiquement modifiés.

Vin: la déconsommation fait craindre «un plan social massif» (interprofession)

La filière viticole a alerté le 15 décembre sur un risque de «plan social massif», lié à la déconsommation de vin. «On redoute 100 à 150 000 pertes d'emplois sur les dix ans à venir», a déclaré Bernard Farges, président du Cniv (interprofession). «La déconsommation de vin de France a tendance à s'accélérer», selon lui. En soixante ans, le recul est de 70%. Ce phénomène est particulièrement marqué chez les jeunes: entre 2014 et 2021, le vin a perdu neuf points de parts de marché chez les 18-35 ans face aux autres boissons alcoolisées, a indiqué Samuel Montgermont, président de l'association Vin & Société. Plusieurs explications sont données, au premier rang desquelles les campagnes anti-alcool, mais aussi de nouveaux modes de consommation, une perte de transmission au sein des familles, une part de foyers monoparentaux plus élevée. La filière veut réagir. Il faut parler du vin différemment, considère Bernard Farges, invitant à s'appuyer sur la RSE (responsabilité sociétale des entreprises). «Communiquer ne suffira pas», estime Samuel Montgermont, pour qui des «innovations fortes» restent à trouver. Cela passe par de nouveaux produits, comme des vins désalcoolisés, des conditionnements en canettes, selon le Cniv. Vin & Société appelle notamment à «réviser le modèle en grande distribution».

Biofioul: la commercialisation du fioul domestique F30 a débuté

La commercialisation du biofioul F30 contenant jusqu'à 30% de colza cultivé en France , en remplacement du fioul domestique traditionnel, a débuté avec «un déploiement graduel», a annoncé la FF3C (distributeurs) dans un communiqué le 13 décembre. Depuis l'entrée en vigueur d'un décret le 1 er juillet 2022, l'installation de nouvelles chaudières consommant des combustibles dont les émissions de gaz à effet de serre sont supérieures ou égales à 300 g de CO 2 e/kWh PCI est interdite. L'objectif étant d'accélérer la disparition des chaudières fonctionnant au fioul 100% fossile, au profit de solutions de

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

remplacement comme le biofioul. À l'heure actuelle, ce nouveau combustible liquide est disponible au départ de 17 dépôts sources situés dans les régions de Bordeaux, Caen, Clermont-Ferrand, La Rochelle, Lyon, Mulhouse, Orléans, Poitiers, Strasbourg et Toulon, fournissant environ 150 points de vente. L'annuaire des distributeurs de F30 est disponible sur le site Biofioul.info. De nouveaux dépôts sources sont programmés en Île-de-France ainsi qu'à Rouen et Lorient pour le premier trimestre 2023. Les statistiques des volumes de vente seront quant à elles connues d'ici la fin janvier avec un bilan consolidé en mars, précise la FF3C à Agra Presse.

OGM: six faucheurs devant la justice à Dijon

Six faucheurs d'OGM ont comparu le 14 décembre à la cité judiciaire de Dijon pour avoir détruit le 15 avril 2017 à Villy-le-Moutier (Côte-d'Or) une parcelle de colza utilisée par le semencier allemand KWS pour des recherches sur les OGM, selon eux. «Les semenciers comme KWS sont coupables de dissémination d'OGM», a déclaré Pierre Clément, l'un des six prévenus, à l'AFP. Leur avocat, Guillaume Tumerelle, a affirmé que sur cette parcelle KWS «se cachait derrière une nouvelle technique, la mutagenèse», qui consiste à provoquer des mutations sur le génome d'un organisme vivant, sans y insérer de nouveaux gènes. Pour les associations de protection de l'environnement, les organismes obtenus par mutagenèse seraient des «OGM cachés». «Ils se sont trompés», a affirmé Nicolas Joigneault, le propriétaire du champ concerné. «KWS menait des recherches conventionnelles. Je suis en agriculture de conservation des sols, qui limite les herbicides. Jamais, je n'aurais accepté d'OGM», s'est défendu l'agriculteur. «KWS France ne fait pas d'OGM ou de mutagénèse», a renchéri François Eloi, ancien directeur du développement chez KWS France. Le jugement devrait être mis en délibéré.

Vin: le fondateur du géant Castel va devoir verser 286 millions de francs au fisc genevois

Le cofondateur du géant du vin Groupe Castel, le français Pierre Castel, va devoir verser 286 millions de francs suisses (288 M€) au fisc genevois après une décision de justice en sa défaveur dans son bras de fer avec l'administration fiscale. Le Tribunal fédéral, la plus haute cour de justice en Suisse, a rejeté le recours du fondateur de ce groupe propriétaire du réseau de cavistes Nicolas et de marques de vin à succès (comme Baron de Lestac, Kriter ou Listel) contre une décision de justice dans le litige l'opposant à l'administration fiscale genevoise. Celle-ci lui reproche d'avoir omis de déclarer une partie de sa fortune pendant plusieurs années. Le fisc genevois va récupérer 286 millions de francs, affirme l'agence suisse ATS, dans ce premier volet de la procédure en rappel d'impôt qui porte sur ses déclarations fiscales de 2007 et 2008. L'avocat de M. Castel, contacté par l'AFP, a confirmé ce montant.

Social: Alexandre Dubois élu secrétaire général de la CFDT Agri-Agro

Alexandre Dubois a été élu nouveau secrétaire général de la CFDT Agri-Agro lors d'un conseil fédéral le 8 décembre, annonce le syndicat de salariés dans un communiqué. Il prend la suite de Fabien Guimbretière, désormais à la commission exécutive de la CFDT. Auparavant, Alexandre Dubois était secrétaire national de la CFDT Agri-Agro, chargé des dossiers activité revendicative, dialogue social, politique de l'emploi et formation professionnelle.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 368088275
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

AGRA

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **4273**
Sujet du média : **Agroalimentaire-Agriculture**

29 Decembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **172**

www.agra.fr

Visualiser l'article

Vin: le fondateur du géant Castel va devoir verser 286 millions de francs au fisc genevois

Le cofondateur du géant du vin Groupe Castel, le Français Pierre Castel, va devoir verser 286 millions de francs suisses (288 M€) au fisc genevois après une décision de justice en sa défaveur dans son bras de fer avec l'administration fiscale. Le Tribunal fédéral, la plus haute cour de justice en Suisse, a rejeté le recours du fondateur de ce groupe propriétaire du réseau de **cavistes Nicolas** et de marques de vin à succès (comme Baron de Lestac, Kriter ou Listel) contre une décision de justice dans le litige l'opposant à l'administration fiscale genevoise. Celle-ci lui reproche d'avoir omis de déclarer une partie de sa fortune pendant plusieurs années. Le fisc genevois va récupérer 286 millions de francs, affirme l'agence suisse ATS, dans ce premier volet de la procédure en rappel d'impôt qui porte sur ses déclarations fiscales de 2007 et 2008. L'avocat de M. Castel, contacté par l'AFP, a confirmé ce montant.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

STRATÉGIES

www.strategies.fr

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **109505**
Sujet du média : **Communication - Médias - Internet**

14 Decembre 2022
Journalistes : **Romain Didrich**
Nombre de mots : **1041**

Visualiser l'article

«Halte au tout digital!», Romain Didrich (Kaizen Agency)

La présence en ligne d'une entreprise n'est pas la panacée, encore moins une solution miracle pour sortir d'une situation de crise. Rechercher à tout prix et sans prendre de hauteur un projet de digitalisation pourrait même s'avérer dangereux.

DR

Romain Didrich, co-président de Kaizen Agency.

Halte au tout digital, à la suprématie d'internet, au règne du click et du e-commerce. On ne compte plus le nombre d'entreprises qui se lancent, tête baissée, dans un projet de digitalisation, certaines dans l'optique de faire comme le concurrent. D'autres le font pour répondre aux injonctions de notre société qui ne jure désormais que par le virtuel. D'autres, encore, par simple vanité personnelle. Parce qu'il est toujours valorisant de pouvoir afficher une jolie vitrine qui chante les louanges de son activité, quand bien même serait-elle dématérialisée.

Bien sûr, une présence en ligne s'avère utile pour développer une activité commerciale (prestation de service, hôtellerie et restauration, vente de produits...). Elle n'est toutefois pas toujours nécessaire et peut même se révéler dangereuse. A défaut d'accompagnement stratégique sur la question, certaines entreprises s'enlisent dans un projet de digitalisation mal ficelé, mal pensé, mal piloté. La perte de temps (et d'argent) qui s'ensuit n'est bien souvent pas négligeable, surtout pour les petites

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

entreprises.

La vraie vie et le bon sens

Les ayatollah du digital oublient bien souvent un élément, un détail qui a toutefois son importance : le réel, la vraie vie, et le bon sens. Non, le digital n'est pas toujours la meilleure solution pour faire connaître son activité et se développer. En e-commerce, les places sont chères. Seule une poignée d'établissements «remontent» en première page de Google. Comment peut-on espérer être visible, avoir des «e-clients», lorsque l'entreprise n'apparaît qu'en troisième ou quatrième page du moteur de recherche ?

Prenons l'exemple d'un producteur de vin qui souhaite développer son activité. Sur la Toile, il sera confronté à des géants du secteur, des mastodontes comme Nicolas, Cash Vin, Dock du Vin... Difficile, voire impossible, dès lors, pour ce producteur de tirer son épingle du jeu en ligne. S'il souhaite faire connaître sa marque et son produit, mieux vaut établir avec lui, et pour lui, une stratégie à son échelle, par exemple autour de petits événements physiques et de proximité (stand sur des marchés, présence dans des salons...). Et s'il parvient à développer son chiffre d'affaires et à fidéliser sa clientèle, alors il pourra envisager sereinement une stratégie e-commerce, adaptée à son activité et à sa cible. En effet, les clients fidélisés sur les marchés seront les premiers à naviguer sur le site du producteur et donc, les premiers à acheter en ligne.

La logique est la même pour les petits commerçants, notamment dans l'univers du prêt-à-porter. Comment des boutiques de quartier peuvent-elles se démarquer sur internet face à des marques comme H&M, Promod, Ba&Sh, mais aussi des plateformes comme Amazon, Shein, Veepee...? Chercher une très grande visibilité en ligne n'a, dans ce cas, que peu d'intérêt. Le principal client de ce type de commerce est un consommateur local. C'est d'ailleurs parce qu'il est ultra-local que celui-ci est bien souvent très fidèle. Pour un tel commerce de proximité, la clientèle ne se fait pas en ligne, mais dans la rue. Avant de chercher une présence en ligne, il est ainsi indispensable de penser à la visibilité de la boutique. Est-elle suffisamment éclairée ? Est-elle située dans une zone passante ? Ses horaires d'ouverture sont-ils clairement affichés ? Ces questions peuvent paraître anodines mais, bien souvent, elles passent à la trappe alors qu'elles sont pourtant indispensables avant d'envisager tout chantier digital.

Se reposer sur la puissance de célèbres plateformes

Qu'en est-il pour les professions libérales, les auto-entrepreneurs et autres acteurs qui n'ont ni pignon sur rue ni objet matérialisable à vendre ? Ces acteurs doivent effectivement, d'une manière ou d'une autre, déployer leur visibilité en ligne (sauf s'ils disposent d'une solide réputation et qu'ils ont la possibilité de se développer uniquement grâce au «bouche à oreille». C'est rare, mais ça existe). Ces professions n'ont pas nécessairement besoin d'avoir leur propre site et ont la possibilité de se reposer sur la puissance de célèbres plateformes. Les kinésithérapeutes, ostéopathes, podologues... peuvent ainsi compter sur le rayonnement de Doctolib.

Ils ont la possibilité de se présenter, d'indiquer leur activité, leur mode d'exercice, leurs tarifs, et même de diffuser des photos d'eux et de leur cabinet. Il en va de même pour les restaurants, les hôtels ou les gîtes, qui peuvent très largement se présenter via des sites spécialisés comme Booking ou TheFork. Nombreux sont les établissements qui font le choix de ne pas avoir de site propre et de n'être visibles que sur ces plateformes. D'autres entreprises optent pour une solution encore plus simple et se limitent à une page Facebook ou une référence Google via une fiche d'établissement (anciennement connue sous le nom «Google my business») . Une présence a minima sur la Toile mais qui, dans certains cas, suffit à atteindre son but final : augmenter son chiffre d'affaires.

Mieux vaut ainsi, pour un grand nombre d'acteurs, une présence simple et efficace sur la Toile qu'une stratégie complexe, chronophage et coûteuse. Car oui, digitaliser son activité n'est pas une mince affaire. Elle suppose à la fois d'avoir un regard

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 368017472
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

global sur le secteur, sur l'activité, sur la zone géographique, sur les objectifs commerciaux... Elle suppose ensuite de déterminer la meilleure stratégie possible. Cette stratégie prend en compte la création d'un site, mais aussi son référencement sur les moteurs de recherche. Un projet complet et, à certains égards complexe, qui suppose à la fois d'en avoir les moyens financiers et de s'entourer des bonnes personnes. Des prestataires aguerris et éclairés qui sont capables d'avoir non seulement un regard technique mais également une vision stratégique et globale. Sans cela, digitalisation pourrait bien rimer avec damnation.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 368017472

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

MEDIAPART

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**
Audience : **2150480**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

15 Decembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **491**

www.mediapart.fr

Visualiser l'article

Le fondateur du géant du vin Groupe Castel va devoir verser 286 millions CHF au fisc genevois

Le cofondateur du géant du vin Groupe Castel, le Français Pierre Castel, va devoir verser 286 millions de francs suisses (288 millions d'euros) au fisc genevois après une décision de justice en sa défaveur dans son bras de fer avec l'administration fiscale.

Le Tribunal fédéral, la plus haute cour de justice en Suisse, a rejeté le recours du fondateur de ce groupe propriétaire du réseau de cavistes Nicolas et de marques de vin à succès comme Baron de Lestac, Kriter ou Listel, contre une décision de justice dans le litige l'opposant à l'administration fiscale genevoise qui lui reproche d'avoir omis de déclarer une partie de sa fortune pendant plusieurs années.

Les données dans le jugement du Tribunal fédéral, dans un arrêt publié mercredi, ont été anonymisées mais évoquent un « ressortissant français d'origine espagnole », « né en 1926 », qui « avait quitté la France pour s'établir en Suisse » et inscrit « au registre du commerce du canton de Genève en 1981 » la société active dans « la représentation du vin » mais aussi « des bières et des boissons gazeuses » qu'il avait créée « avec ses frères et soeurs ».

Le fisc genevois va récupérer 286 millions de francs, affirme l'agence suisse ATS, dans ce premier volet de la procédure en rappel d'impôt qui porte sur ses déclarations fiscales de 2007 et 2008.

L'avocat de M. Castel, contacté par l'AFP, a confirmé ce montant.

« Mon client, naturellement, conteste le fond et l'issue de ce jugement », a indiqué Gregory Clerc, avocat fiscaliste au sein du cabinet genevois Aegis, précisant néanmoins qu'il « respecte ce jugement ».

« Actuellement nous sommes en train de l'analyser », a-t-il précisé à l'AFP.

Début octobre, le site suisse d'investigation judiciaire Gotham City avait révélé que le nonagénaire, qui s'était installé en Suisse après l'élection de François Mitterrand en 1981, avait été condamné en appel par une Cour à Genève pour avoir omis de déclarer une partie de sa fortune.

Il s'était enregistré en Suisse sous le nom de Jesus Castel, utilisant son deuxième prénom, « ce qui lui aurait permis d'échapper à l'attention du fisc », avait affirmé le site d'investigation judiciaire.

Les autorités fiscales avaient fait le rapprochement à la lecture d'articles de presse et lui avait réclamé 410 millions de francs suisses.

Son avocat avait précisé à l'AFP qu'il n'avait « jamais fait usage de pseudonyme ou d'autre identité », « Jesus Sebastien Castel » étant « son patronyme de naissance », et « Pierre » un « nom d'usage ».

Issu d'une famille modeste, il avait quitté l'école à onze ans et travaillé avec son père comme ouvrier agricole avant de créer avec ses frères et soeurs le groupe devenu un géant des vins et boissons qui vend 500 millions de bouteilles par an dans le monde.

Une autre procédure est en cours pour les périodes fiscales de 2010 et 2011.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

design & packaging NEWS

designpackagingnews.com

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **2095**
Sujet du média : **Industrie**

22 Novembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **405**

Visualiser l'article

Donner une seconde vie aux bouchons collectés

Depuis plus de 10 ans, Vinventions développe ses propres programmes de collecte, de tri et de recyclage de ses bouchons de vin, à travers le monde, sur ses principaux marchés. Cette collecte de bouchons permet de constituer chaque année un stock considérable de bouchons usagés. *« Nous voulions valoriser ces bouchons collectés et les recycler en un produit qui aurait du sens pour nos clients. C'est là qu'est née l'idée de créer un seau à glace fabriqué à partir de nos propres bouchons, collectés sur le marché »* explique Stéphane Vidal, directeur général Europe de Vinventions.

Pour mener à bien ce projet, Vinventions s'est associé à Retorno , une entreprise belge spécialisée dans la valorisation des matériaux recyclables. *« Nous avons créé la matière première à partir des bouchons de vin collectés par Vinventions et construit tout le processus pour fabriquer ce produit »* , explique Marc Thometschek, co-fondateur de la société Retorno.

Avec Vinny, Vinventions donne une seconde vie aux bouchons collectés, ce qui réitère pleinement son ambition de promouvoir l'économie circulaire. Cela illustre également concrètement l'engagement environnemental de Vinventions en tant que membre des pactes européens et américains des plastiques. *« En 2021, 84 tonnes de nos bouchons pour vins tranquilles ont été collectés en France à travers nos différents partenariats avec des associations caritatives comme France Cancer ainsi qu'avec le plus grand caviste français Nicolas, qui représente plus de 500 magasins »* , explique Romain Thomas, Responsable Produit Nomacorc chez Vinventions.

« L'ambition de Vinventions est d'étendre ce programme de collecte de bouchons au fil des ans. La vente des seaux Vinny contribuera à financer encore davantage tous les efforts de collecte que nous déployons sur le marché » , déclare Stéphane Vidal. Pour mettre ce seau à disposition de l'industrie du vin, Vinventions et Retorno se sont associés à Italesse, un fournisseur de référence de produits professionnels pour le service du vin (verres, seaux à vin, carafes, ...). *« Proposer le seau Vinny aux producteurs de vin s'inscrit pleinement dans notre propre ambition de développer et de promouvoir des produits durables. Ce produit innovant complétera notre gamme « bio » offrant des performances durables, déclare Massimo*

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Barducci, PDG d'Italesse. Au cours des 3 à 4 dernières années, nous avons converti 30 % de notre production en utilisant des biopolymères ou d'autres matériaux à faible émission de CO 2 » . Le seau Vinny est disponible dans le catalogue Italesse avec différentes options et possibilités de personnalisation.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 368039560

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

MENTIONS

Omnicom Public Relations Group

NICOLAS
DEPUIS 1822
Nous prenons soin de vos vins

Web FRA

Contact entreprises

www.contact-entreprises.net

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **1309**
Sujet du média : **Economie - Services**

2 Décembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **188**

Visualiser l'article

Argenteuil : 1000 nouvelles places de restauration au menu

La ville d'Argenteuil s'est fixé un objectif ambitieux : étoffer son offre de restauration et gagner un millier de places supplémentaires. En plus de la Brasserie des Artisans qui proposera prochainement, au 114 quai de Bezons, des spé cialité s italiennes (150 couverts), trois restaurants suivront le pas dans le centre-ville.

D'ici la fin de l'année, le Chalet des grillades, situé rue Car ême-Prenant, pourra accueillir en nombre les amateurs de viande (environ 160 couverts, avec possibilité de privatiser des salles pour des réunions ou des événements) et le Gourmet's Café ouvrira au 64 avenue Gabriel-Péri avec, à la carte, de la cuisine franc aise aux notes anglo-saxonnes et une formule « brunch » les samedis et dimanches (près de 70 couverts). Au printemps prochain, l'ancien caviste Nicolas laissera place à La Table de Mona, pour les amoureux de la cuisine mé diterrane

enne (près de 50 couverts). Enfin, le gérant du Picolo, cette bonne adresse de l'avenue Gabriel-Péri, s'étend au numéro voisin pour pouvoir servir à table une trentaine de personnes d' ici de

but 2023.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: L'émission est enregistrée au caviste Nicolas. Il a été fondé en 1822.

4 Decembre 2022
Durée de l'extrait : **00:27:37**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
4 Juin 2023

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220328965

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

Le réveil Chérie

Résumé: Le 6 décembre est marqué par la Saint-Nicolas. Le présentateur salue également le Caviste Nicolas.

6 Decembre 2022
Durée de l'extrait : **00:01:07**
Heure de passage : **06h07**
Disponible jusqu'au :
6 Juin 2023

AD **Alexandre DEVOISE**

TB **Tiffany BONVOISIN**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
06:00 - 09:00
Audience : **164000**
Thématique de l'émission :
Culture/Musique, Divertissement TV/Radio

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220332902

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

10 Decembre 2022
Durée de l'extrait : **00:27:35**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
10 Juin 2023

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

Résumé: Le caviste Nicolas a été fondé en 1822.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: Le caviste Nicolas a été fondé en 1822.

11 Decembre 2022
Durée de l'extrait : **00:25:47**
Heure de passage : **13h03**
Disponible jusqu'au :
11 Juin 2023

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220334943

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

La gazette du Val d'Oise

Famille du média : **Médias régionaux (hors PQR)**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **30864**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **14 décembre 2022 P.12**

Journalistes : **Fabrice CAHEN**

Nombre de mots : **864**

COMMERCES. L'animation au-delà du cœur de ville

L'association des commerçants de Pontoise lance une animation de Noël qui s'étend aux quartiers de la Gare, Notre-Dame et des quais de l'Oise, les 17 et 18 décembre.

Après la manifestation des Noëlies, des 3 et 4 décembre, qui a lancé les festivités de Noël, c'est au tour des commerçants d'inviter le public à préférer le commerce de Ville à celui des grandes surfaces pour faire ses achats d'avant Noël.

« Un nouveau rendez-vous est lancé dans les différents quartiers du centre ancien », annonce Emmanuelle Siou, nouvelle co-présidente (avec Tony Evrard du *Bar des Banques*), depuis le 9 novembre, de l'association Commerce & Savoir-Faire de Pontoise.

« Notre souhait est d'étendre l'action commerçante aux autres secteurs du cœur de ville », explique Emmanuelle Siou.

Après les Noëlies, les 3 et 4 décembre, organisées par la Ville, les commerçants de Pontoise lancent un week-end d'animations les 17 et 18 décembre dans différents quartiers. ©Ville de Pontoise

Nouvel événement

À peine en place, le nouveau bureau, qui compte une vingtaine de commerçants et artisans, a lancé un nouvel événement.

« Jusqu'à présent, les animations se focalisaient sur le centre-ville et les autres secteurs du centre ancien n'étaient pas associés », souligne la représentante du monde commerçant. Pour impulser cette dynamique, Commerce & Savoir-Faire étend sa zone d'animation.

Ainsi, le prochain événement commercial de la cité médiévale va s'étendre au-delà des remparts et concerner le bas de la ville, les quais de l'Oise, le secteur de la gare et le quartier Notre-Dame.

Pour fidéliser le public aux boutiques du cœur de ville, la communauté commerçante veut rythmer son activité par des opérations permanentes, notamment via les réseaux sociaux et en faisant appel à la mairie, première partenaire de l'attractivité commerçante. Une campagne d'affichage est ainsi confiée à la Ville.

Référent de quartier

L'action commerçante ne pouvant seule reposer sur les quatre membres du bureau, l'association a besoin d'une plus forte implication des adhérents. Pour y parvenir, l'association a créé des référents de quartier **« qui ont pour mission de relayer les actions auprès des autres commerçants et impliquer davantage autour de l'attraction du commerce pontoisien »**, précise Emmanuelle Siou.

L'événement est soutenu par des partenaires : le Cic, la réserve citoyenne, les associations Bidule Truc Muche et Okey Dokey et d'autres entreprises.

Le prochain week-end, des 17 et 18 décembre, plusieurs animations de rue seront accessibles au public. Le stationnement en zone verte sera gratuit et une heure sera offerte parkings Jean-Luc-Maire et Jean-Jaurès.

Des moments musicaux seront assurés par Celine & Cats, la fanfare Orphéon, le Cemap (accordéonistes), Dj Jean-Robert Dray, l'école de musique Sophie Legris. Des stands de restauration sont aussi prévus *(lire le programme ci-dessous)*.

D'autres opérations de ce genre sont prévues à partir du printemps 2023.

Fabrice CAHEN

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9086324600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

LE PROGRAMME. Du centre-ville au Martroy, de la gare au quartier Notre-Dame

Samedi 17 décembre

Jeu gonflable pour enfants, place Tavet, tarif 2€. Accueil des enfants par Babar !, de 10h à 18h.

Projection du film *Le Chat potté 2*, au cinéma Utopia, à 13h, tarif spécial 4€. Déambulation de la fanfare Orphéon, de 14h à 19h.

Traditionnelle photo avec le père Noël, place du Grand-Martroy, de 14h à 17h.

Dimanche 18 décembre

Orchestre et chorale d'enfants cours Sophie Legris et décoration de sapins de Noël, avec parents et enfants, au chevet de la cathédrale de 14h à 17h.

Décoration de sapins de Noël avec parents et enfants, entre le Vin d'Honneur et la Terrazza, quartier Notre-Dame, de 14h à 17h. Duo pop rock avec Céline & Cats de 15h à 18h.

Décoration de sapins de Noël avec parents et enfants, esplanade de la gare samedi et dimanche de 14h à 17h. Musique de Noël & guinguette, avec l'association des Accordéonistes de Pontoise, de 14h à 17h, traditionnelle photo avec le père Noël.

Évènement de clôture

Dimanche 18 décembre, projection du film *Le Corsage*, au cinéma, à 18h20. Diner concert à L'Audience, avec Céline & Cats à partir de 18h. Dîner des Montagnes avec Okey Dokey et soirée disco avec Dj Jean-Robert, au Bar des Banques, place de l'Hôtel-de-Ville.

Des jeux concours

- Un bulletin « vin de Noël » à aller chercher et faire tamponner directement dans les commerces. 5 achats de 25€ dans les boutiques de Pontoise = 1 bouteille de vin chez les cavistes de la ville : La Cave des Remparts, Vin d'honneur, Nicolas.

- Calendrier de l'avent sur Instagram et Facebook. Suivre les consignes (s'abonner à la page, référencer des amis, etc.). Jusqu'au 24 décembre, tous les jours, une personne est tirée au sort et remporte un lot ou un cadeau d'une boutique ou d'un restaurant/bar !

- Concours du pull de Noël. Les 17 et 18 décembre. Prendre une photo de soi en pull de Noël ou prise de photo par Emmanuelle pendant l'évènement dans les rues de Pontoise. Les internautes votent pour des gagnants à la fois le 17 et le 18 décembre : le pull de Noël le plus beau, le plus moche, le plus coloré, etc. Des lots à gagner !

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 9086324600509

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

L'ECHO le Régional

Famille du média : **Médias régionaux (hors PQR)**

Périodicité : **Hebdomadaire**

Audience : **14589**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **14 décembre 2022 P.12**

Journalistes : **Fabrice CAHEN**

Nombre de mots : **864**

COMMERCES. L'animation au-delà du cœur de ville

L'association des commerçants de Pontoise lance une animation de Noël qui s'étend aux quartiers de la Gare, Notre-Dame et des quais de l'Oise, les 17 et 18 décembre.

Après la manifestation des Noëlies, des 3 et 4 décembre, qui a lancé les festivités de Noël, c'est au tour des commerçants d'inviter le public à préférer le commerce de Ville à celui des grandes surfaces pour faire ses achats d'avant Noël.

« Un nouveau rendez-vous est lancé dans les différents quartiers du centre ancien », annonce Emmanuelle Siou, nouvelle co-présidente (avec Tony Evrard du *Bar des Banques*), depuis le 9 novembre, de l'association Commerce & Savoir-Faire de Pontoise.

« Notre souhait est d'étendre l'action commerçante aux autres secteurs du cœur de ville », explique Emmanuelle Siou.

Après les Noëlies, les 3 et 4 décembre, organisées par la Ville, les commerçants de Pontoise lancent un week-end d'animations les 17 et 18 décembre dans différents quartiers. ©Ville de Pontoise

Nouvel événement

À peine en place, le nouveau bureau, qui compte une vingtaine de commerçants et artisans, a lancé un nouvel événement.

« Jusqu'à présent, les animations se focalisaient sur le centre-ville et les autres secteurs du centre ancien n'étaient pas associés », souligne la représentante du monde commerçant. Pour impulser cette dynamique, Commerce & Savoir-Faire étend sa zone d'animation.

Ainsi, le prochain événement commercial de la cité médiévale va s'étendre au-delà des remparts et concerner le bas de la ville, les quais de l'Oise, le secteur de la gare et le quartier Notre-Dame.

Pour fidéliser le public aux boutiques du cœur de ville, la communauté commerçante veut rythmer son activité par des opérations permanentes, notamment via les réseaux sociaux et en faisant appel à la mairie, première partenaire de l'attractivité commerçante. Une campagne d'affichage est ainsi confiée à la Ville.

Référent de quartier

L'action commerçante ne pouvant seule reposer sur les quatre membres du bureau, l'association a besoin d'une plus forte implication des adhérents. Pour y parvenir, l'association a créé des référents de quartier **« qui ont pour mission de relayer les actions auprès des autres commerçants et impliquer davantage autour de l'attraction du commerce pontoisien »**, précise Emmanuelle Siou.

L'événement est soutenu par des partenaires : le Cic, la réserve citoyenne, les associations Bidule Truc Muche et Okey Dokey et d'autres entreprises.

Le prochain week-end, des 17 et 18 décembre, plusieurs animations de rue seront accessibles au public. Le stationnement en zone verte sera gratuit et une heure sera offerte parkings Jean-Luc-Maire et Jean-Jaurès.

Des moments musicaux seront assurés par Celine & Cats, la fanfare Orphéon, le Cemap (accordéonistes), Dj Jean-Robert Dray, l'école de musique Sophie Legris. Des stands de restauration sont aussi prévus *(lire le programme ci-dessous)*.

D'autres opérations de ce genre sont prévues à partir du printemps 2023.

Fabrice CAHEN

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7086324600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

LE PROGRAMME.

Du centre-ville au Martroy, de la gare au quartier Notre-Dame

Samedi 17 décembre

Jeu gonflable pour enfants, place Tavet, tarif 2€. Accueil des enfants par Babar !, de 10h à 18h.

Projection du film *Le Chat potté 2,* au cinéma Utopia, à 13h, tarif spécial 4€. Déambulation de la fanfare Orphéon, de 14h à 19h.

Traditionnelle photo avec le père Noël, place du Grand-Martroy, de 14h à 17h.

Dimanche 18 décembre

Orchestre et chorale d'enfants cours Sophie Legris et décoration de sapins de Noël, avec parents et enfants, au chevet de la cathédrale de 14h à 17h.

Décoration de sapins de Noël avec parents et enfants, entre le Vin d'Honneur et la Terrazza, quartier Notre-Dame, de 14h à 17h. Duo pop rock avec Céline & Cats de 15h à 18h.

Décoration de sapins de Noël avec parents et enfants, esplanade de la gare samedi et dimanche de 14h à 17h. Musique de Noël & guinguette, avec l'association des Accordéonistes de Pontoise, de 14h à 17h, traditionnelle photo avec le père Noël.

Évènement de clôture

Dimanche 18 décembre, projection du film *Le Corsage,* au cinéma, à 18h20. Diner concert à L'Audience, avec Céline & Cats à partir de 18h. Dîner des Montagnes avec Okey Dokey et soirée disco avec Dj Jean-Robert, au Bar des Banques, place de l'Hôtel-de-Ville.

Des jeux concours

- Un bulletin « vin de Noël » à aller chercher et faire tamponner directement dans les commerces. 5 achats de 25€ dans les boutiques de Pontoise = 1 bouteille de vin chez les cavistes de la ville : La Cave des Remparts, Vin d'honneur, Nicolas.

- Calendrier de l'avent sur Instagram et Facebook. Suivre les consignes (s'abonner à la page, référencer des amis, etc.). Jusqu'au 24 décembre, tous les jours, une personne est tirée au sort et remporte un lot ou un cadeau d'une boutique ou d'un restaurant/bar !

- Concours du pull de Noël. Les 17 et 18 décembre. Prendre une photo de soi en pull de Noël ou prise de photo par Emmanuelle pendant l'évènement dans les rues de Pontoise. Les internautes votent pour des gagnants à la fois le 17 et le 18 décembre : le pull de Noël le plus beau, le plus moche, le plus coloré, etc. Des lots à gagner !

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 7086324600501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: Le caviste Nicolas a été fondé en 1822. L'enseigne fête, cette année, ses 200 ans.

17 Decembre 2022
Durée de l'extrait : **00:26:41**
Heure de passage : **13h03**
Disponible jusqu'au :
17 Juin 2023

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

Famille du média : **Radios Nationales**
Audience : **5651502**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

16 Décembre 2022
Journalistes : **Bénédicte Dupont**
Nombre de mots : **700**

www.francebleu.fr

Visualiser l'article

L'enseigne Maisons du Monde s'installe dans le centre-ville de Toulouse

C'est une des enseignes les plus prisées pendant les fêtes. Maisons du Monde, déjà très présente en périphérie toulousaine dans les centres commerciaux, vient d'ouvrir un magasin rue Alsace-Lorraine. Cela faisait 10 ans que la marque cherchait à s'installer au coeur de la ville rose.

Le nouveau Maisons du Monde, rue Alsace Lorraine à Toulouse. © Radio France - Bénédicte Dupont

Une enseigne bien connue a fait son entrée sur la forte zone de chalandise que constitue la rue Alsace-Lorraine à Toulouse. Maisons du Monde a pris ses quartiers au numéro 27, en face du **caviste Nicolas**, à la place du magasin de prêt-à-porter H&M fermé pendant l'été 2021. Une vingtaine de salariés y travaillent. La directrice générale du groupe est une régionale de l'étape. Julie Walbaum répond à nos questions.

France Bleu Occitanie : Le siège de Maisons du Monde est à Nantes, avec 3.500 salariés partout en France. Et une directrice toulousaine, donc ?

Julie Walbaum : Oui c'est exact, j'ai grandi dans les quartiers du Grand-Rond et au Busca. Je suis restée jusqu'aux classes préparatoires avant de monter à Paris faire une école de commerce.

Pourquoi Maisons du Monde vient en centre-ville alors que vous êtes déjà très présent dans la périphérie toulousaine dans les zones commerciales ?

C'est vrai que nous avons cinq magasins en région toulousaine (Portet, Blagnac, Fenouillet, Balma-Gramont et Labège). Mais nous sommes une enseigne de décoration, avec des achats d'impulsion et de plaisir. Nous avons toute notre place dans l'hypercentre. En réalité, cela fait presque 10 ans que nous cherchons un emplacement à Toulouse, nous attendions la perle rare.

Pourquoi cela a été si long de trouver à Toulouse ?

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Il faut trouver la bonne combinaison entre un trafic important et un loyer pas trop élevé. Nous sommes une enseigne de décoration et de meubles, avec 18.000 produits dans nos collections, donc nous avons besoin de place. Là, nous disposons de 1.200 mètres carrés, ce n'est pas si fréquent de trouver ces surfaces en centre-ville. C'est un tout petit peu plus petit que les magasins de périphérie mais comparé aux autres magasins de centre-ville, on double la surface. C'est en fait le deuxième magasin de centre-ville le plus grand derrière Paris-Grands Boulevards. Pour nous, le magasin de Toulouse est vraiment un "flagship", un vaisseau amiral qui expose tout notre univers avec nos collections plus durables.

Votre concurrent Habitat a quitté la rue de Metz, au loyer trop cher, en 2017. Et la fréquentation de la galerie marchande de Compans-Caffarelli dans laquelle il se trouve désormais, n'est pas au rendez-vous. Prenez-vous un risque en venant en ville ?

Nous connaissons bien la zone, c'est pour cela que nous avons pris notre temps pour trouver notre emplacement. Il est vrai que la fréquentation dans le "retail physique", la vente en magasin, se raréfie à cause de la digitalisation et l'accroissement du télétravail qui fait qu'on se déplace moins. Certains centres perdent en densité. Pour autant, il existe des endroits qui génèrent encore de la valeur, mais il y a beaucoup de concurrence, il faut être sélectif. Dans le passé, nous aurions pu nous installer dans les endroits que vous avez cités, mais nous ne les avons pas choisis. Nous avons préféré la rue Alsace-Lorraine, avec son coeur historique et patrimonial et sa zone de commerce de grande qualité, cela répond bien à l'ADN de Maisons du Monde. D'ailleurs, le samedi 10 décembre juste après notre ouverture, nous avons enregistré 6.000 entrées soit le deuxième magasin sur 353 en terme de trafic. Cela montre que les Toulousains nous attendaient.

À l'image d'un autre concurrent, La Redoute, vous proposez aussi sur votre site internet des marques différentes. Ces produits sont-ils aussi en magasin ?

Nous avons en effet lancé notre "market place" en 2020 en accueillant des marques amies. Nous sommes ainsi passés de 18.000 à 200.000 références. Mais nous ne vendons dans nos magasin que nos produits Maisons du Monde, malgré une expérimentation à Paris sur des platines vintage d'une autre marque.

par France Bleu Occitanie

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: Le caviste Nicolas a été fondé en 1822.

18 Decembre 2022
Durée de l'extrait : **00:27:34**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
18 Juin 2023

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220343582

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

actu.fr

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**
Audience : **9279728**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

20 Decembre 2022
Journalistes : **Philippe Roudeillat**
Nombre de mots : **483**

Visualiser l'article

Votez pour la plus belle vitrine de Noël de Croissy-sur-Seine

Jusqu'au 24 décembre vous pouvez voter pour la plus belle vitrine de Noël de l'un des douze commerçants de Croissy-sur-Seine (Yvelines) inscrits au concours « Impression d'hiver ».

(De droite à gauche) Sophie (Mademoiselle Sophie), Clotilde (L'Atelier du Tapissier) et Laura (L'objectif) ont reçu respectivement le 2e, 1er et 3e prix de la part des organisateurs de concours à Croissy-sur-Seine (Yvelines). (©Philippe Roudeillat / 78actu)

Beaucoup de commerçants profitent de cette période de **Noël** pour décorer et embellir leur vitrine.

Pour certains, situés à **Croissy-sur-Seine** (**Yvelines**), cette démarche s'est agrémentée de la participation à un concours mis en place par la **Chambre de commerce et d'industrie des Yvelines** (CCI) et intitulé « **Impression d'hiver** ».

« Dynamiser le commerce de centre-ville »

L'objectif de la CCI est de proposer aux commerçants des idées et des créations originales pour mettre en valeur leurs vitrines, générer du flux de clientèle à travers une animation innovante pour dynamiser le commerce de centre-ville et valoriser la destination impressionniste.

Chambre de commerce et d'industrie des Yvelines (CCI)

12 commerçants ont décidé de participer et chacun d'entre eux a ainsi pu choisir un **tableau impressionniste** parmi une

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

quarantaine d'oeuvres représentant un paysage d'hiver, spécialement reproduites pour ce concours.

Aidés par une consultante en visuel merchandising mis à disposition par la CCI, les concurrents ont ainsi composé leur vitrine autour de son tableau choisi.

« Faire plaisir aux Croissillons »

Je me suis inscrite parce que j'aime ma ville et j'avais aussi envie de faire plaisir aux Croissillons. Que l'on retrouve une atmosphère un peu plus joyeuse dans cette période difficile. Et cela fonctionne, les clients sont très contents. Je pense que c'est aussi une très bonne initiative pour dynamiser le centre-ville. J'aimerai beaucoup que poursuivions cela avec d'autres thématiques plusieurs fois dans l'année, que cela devienne un rendez-vous.
Sophie, de Mademoiselle Sophie

Dans le cadre de cette initiative, tous les participants ont également reçu et une micro-formation et ont été alimentés en cartes de la destination impressionniste pour que ces nouveaux ambassadeurs touristiques en assurent la promotion.

Si des prix ont déjà été décernés par les organisateurs, les clients sont invités à voter en ligne pour la plus belle vitrine de Noël de Croissy-sur-Seine.

Le concours est ouvert jusqu'au 24 décembre.

Les participants

Mademoiselle Sophie, L'Atelier du Tapissier, Naths & Fils, Une Autre Page, L'objectif, Rituels Beauté, Briconautes, Vin et Chocolat, Aux Fins Gastronomes, Maison Bailly, Esperluette Family Store, Nicolas.

Des liens tissés entre les commerçants

Au-delà du concours, l'initiative a eu une autre incidence très positive.

Elle a en effet créé une émulation entre des commerçants qui ne se côtoyaient pas forcément, mais qui à cette occasion ont tissé des liens.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 368060213
Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

SUD RADIO

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée depuis la boutique Nicolas d'Avignon.

25 Decembre 2022
Durée de l'extrait : **00:25:33**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
25 Juin 2023

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 220350965

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

GF MAG

Famille du média : **Médias professionnels**
Périodicité : **Trimestrielle**
Audience : **11100**
Sujet du média :
Communication-Médias-Internet

Edition : **Decembre 2022 P.8-9**
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **728**

CoWorking

Giraudy

Place aux grandes idées !

Retour aux sources pour Giraudy qui redevient… Giraudy, et le fait savoir au travers un vaste plan d'affichage en forme de clin d'œil : de grands formats pour de grandes idées.

Depuis 1911, Giraudy est un acteur majeur de la publicité extérieure qui, au fil des ans, a connu différents propriétaires. Suite au rachat d'ExterionMedia France, il fait désormais partie du groupe Samfi-Invest, une société d'investissement indépendante avec un actionnariat 100 % familial basé en Normandie.

« Cette nouvelle aventure nous motive et nous mobilise fortement en interne avec le retour de nos valeurs historiques : la proximité et le local, explique Olivier Letondeur, directeur général. *L'annonce de la reprise du nom Giraudy a été très bien reçue : les collaborateurs sont fiers de cet ADN et les plus anciens affirment avoir le « sang jaune », en référence à la couleur de la marque ! Aucun clin d'œil nostalgique ou passéiste donc dans ce changement de nom mais au contraire un hommage à la modernité du fondateur Jean Giraudy, qui avait su faire de cette société une agrégation de plusieurs entreprises régionales de proximité pour les acteurs locaux. Notre stratégie est de faire face aux déproliférations liées aux différentes législations et de proposer les dispositifs les plus pertinents possibles en local dans un contexte de recomposition générale des comportements et des usages individuels et collectifs. »*

Et pour le faire savoir, Giraudy a orchestré une grande campagne publicitaire nationale en deux temps, qui démontre par la même occasion aux annonceurs la puissance de son réseau. La première vague a vu des panneaux d'affichage avec un petit air de retour vers le futur et la fameuse Myriam renouvelant sa promesse de 1981 : « Le 2 novembre, j'enlève encore le haut ». Promesse tenue par Giraudy qui proclame : « *La pub, c'était mieux maintenant* ». Le second temps a mis en avant les mascottes d'une vingtaine de marques imprimées sur un affichage de 2 m², lui-même installé sur un panneau de 8 m² : le message est limpide, pourquoi se serrer et ne pas profiter de toute la place disponible pour s'exprimer ? Une campagne choc largement diffusée avec une création pop et colorée. Un peu de poil à gratter pour les marques… avec le nouveau claim de Giraudy : « *Place aux grandes idées !* »

Une régie nationale à dimension locale

« Giraudy, c'est le grand format pour une régie nationale avec une couverture très dense (95 départements) mais avec une dimension locale forte, qui nous différencie. Ce maillage nous permet de proposer des solutions puissantes aux annonceurs nationaux comme locaux. Nous nous concentrons sur ce que nous savons faire et bien faire : l'affichage grand format local. Je suis convaincu qu'aujourd'hui nous pouvons proposer le meilleur format d'expression pour le retail. »

Giraudy est en effet leader sur son univers, à savoir les villes de moins de 100 000 habitants en couvrant plus de 160 agglomérations de cette taille en

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 0691034600504

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

on n'a rien contre les petits formats

grand format (12 m² historiquement, 8 m² aujourd'hui), pour 211 villes au total sur l'ensemble du territoire. « *Nous sommes une régie de proximité mais aussi un média d'utilité publique pour les citoyens, les marques et les collectivités locales. C'est ce positionnement, avec un maillage territorial unique basé sur les villes moyennes, dont nous allons dans un premier temps assurer la solidité économique. La croissance organique ou externe viendra dans un second temps.* » Concernant le DOOH, qui connait une belle croissance, Giraudy dispose de 600 écrans en partenariat avec les boutiques Nicolas : « *Une formule qui plait aux annonceurs et qui peut être très complémentaire en mix format avec de l'affichage.* » Mais aussi 110 écrans dans d'autres boutiques, 51 écrans BtoB à Rungis et 16 très grands formats sur le périphérique parisien. « *Je remarque d'ailleurs que de plus en plus de plateformes programmatiques sont friandes de ces supports qui génèrent beaucoup de capex.* »

REPÈRES

1911 : création de la marque Giraudy
2014 : création d'ExterionMedia
2015 : ExterionMedia relance la marque Giraudy
2020 : Samfi-Invest rachète ExterionMedia France
147 collaborateurs
80 M€ CA
Présence dans 95 départements français.
42 000 faces au global dont 90 % en grand format (8 et 12 m²)

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

www.rtl.fr

Famille du média : **Radios Nationales**
Audience : **4975868**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

26 Decembre 2022
Journalistes : **Florian Gazan**
Nombre de mots : **126**

Visualiser l'article

LES ? DE L'INFO - Pourquoi le Petit Nicolas doit la vie à une formidable libraire ?

REDIFF - Le Petit Nicolas naît en 1954 sous le crayon de Sempé, dessinateur bordelais. À l'origine, c'est un dessin unique publié dans le journal belge Le Moustique. Et le petit garçon n'a pas de prénom... Le tout premier dessin publié montre l'écolier pompette après avoir sifflé le cognac de son père. Lien de cause à effet, Sempé, en voyant une pub pour Nicolas, le célèbre caviste, se dit que ce prénom colle parfaitement.

Le Petit Nicolas est sans doute le premier ga ...

article avec accès abonné :
https://www.rtl.fr/programmes/ah-ouais/7900216191-les-de-l-info-pourquoi-le-petit-nicolas-doit-la-vie-a-une-formidable-libraire

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

alencon.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **13832**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

27 Decembre 2022
Journalistes : **Paul LAILLIER**
Nombre de mots : **393**

Visualiser l'article

Normandie. L'origine de l'incendie qui a fait un mort à Honfleur inconnue

photo un incendie s'est déclenché peu après 22 h, ce lundi 26 décembre 2022, dans un immeuble de la rue de la république à honfleur (calvados). 2

Un incendie s'est déclenché peu après 22 h, ce lundi 26 décembre 2022, dans un immeuble de la rue de la République à Honfleur (Calvados). © Ouest-France

Un incendie s'est déclaré, peu après 22 h ce lundi 26 décembre 2022, dans un immeuble de la rue de la République, à Honfleur (Calvados). Le feu est parti d'un appartement au rez-de-chaussée, dans lequel un homme âgé d'environ 60 ans a été retrouvé mort. Une enquête est en cours pour déterminer les circonstances de l'incident.

Il est 22 h 05, ce lundi 26 décembre 2022, lorsque les secours sont appelés pour un feu dans un appartement de la rue de la République, à Honfleur (Calvados). 28 sapeurs-pompiers en provenance des centres de la ville, ainsi que de Touques , Pont-L'Évêque et Caen interviennent dans ce logement, situé au rez-de-chaussée d'un immeuble de trois étages, à deux pas du Vieux Bassin. 28 personnes sont évacuées du bâtiment et ne retrouveront leur habitation qu'à l'issue de l'opération, vers 1 h 30 du matin.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 368090348

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

L'incendie est parti d'un appartement au rez-de-chaussée, dans lequel un homme d'environ 60 ans a été retrouvé mort. © Ouest-France

« Il était discret »

C'est lors de l'extinction de l'incendie que le corps d'un homme d'environ 60 ans est retrouvé dans l'appartement sinistré. Un habitant récemment installé à cette adresse, où il vivait seul, et qui avait noué peu de contacts avec ses voisins. **« Je le voyais passer de temps en temps, lorsqu'il promenait son chien, mais c'est tout... »** , déplore Françoise Le Grip, gérante du pressing La Lavandière, mitoyen du logement incendié. **« Il était venu m'acheter une bouteille dimanche matin, c'était sa première visite** , raconte Cédric Couraye, vendeur chez le caviste Nicolas, **il était discret, et parlait peu »** .

Voisin immédiat de la victime, à l'entrée de l'immeuble n° 39 de la rue de la République, Laurent Gosselin parle d'un homme **« gentil, bien qu'un peu tourmenté »** . Pour l'heure, l'origine de l'incendie reste inconnue. Une enquête de police a été ouverte pour déterminer les circonstances de l'incident.

Ouest-France

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 368090348

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

caen.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **41935**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

27 Decembre 2022
Journalistes : **Paul LAILLIER**
Nombre de mots : **369**

Visualiser l'article

Normandie. L'origine de l'incendie qui a fait un mort à Honfleur inconnue

2

Un incendie s'est déclenché peu après 22 h, ce lundi 26 décembre 2022, dans un immeuble de la rue de la République à Honfleur (Calvados). © Ouest-France

Un incendie s'est déclaré, peu après 22 h ce lundi 26 décembre 2022, dans un immeuble de la rue de la République, à Honfleur (Calvados). Le feu est parti d'un appartement au rez-de-chaussée, dans lequel un homme âgé d'environ 60 ans a été retrouvé mort. Une enquête est en cours pour déterminer les circonstances de l'incident.

Il est 22 h 05, ce lundi 26 décembre 2022, lorsque les secours sont appelés pour un feu dans un appartement de la rue de la République, à Honfleur (Calvados). 28 sapeurs-pompiers en provenance des centres de la ville, ainsi que de Touques , Pont-L'Évêque et Caen interviennent dans ce logement, situé au rez-de-chaussée d'un immeuble de trois étages, à deux pas du Vieux Bassin. 28 personnes sont évacuées du bâtiment et ne retrouveront leur habitation qu'à l'issue de l'opération, vers 1 h 30 du matin.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

L'incendie est parti d'un appartement au rez-de-chaussée, dans lequel un homme d'environ 60 ans a été retrouvé mort. © Ouest-France

« Il était discret »

C'est lors de l'extinction de l'incendie que le corps d'un homme d'environ 60 ans est retrouvé dans l'appartement sinistré. Un habitant récemment installé à cette adresse, où il vivait seul, et qui avait noué peu de contacts avec ses voisins. **« Je le voyais passer de temps en temps, lorsqu'il promenait son chien, mais c'est tout... »** , déplore Françoise Le Grip, gérante du pressing La Lavandière, mitoyen du logement incendié. **« Il était venu m'acheter une bouteille dimanche matin, c'était sa première visite** , raconte Cédric Couraye, vendeur chez le caviste Nicolas, **il était discret, et parlait peu »** .

Voisin immédiat de la victime, à l'entrée de l'immeuble n° 39 de la rue de la République, Laurent Gosselin parle d'un homme **« gentil, bien qu'un peu tourmenté »** . Pour l'heure, l'origine de l'incendie reste inconnue. Une enquête de police a été ouverte pour déterminer les circonstances de l'incident.

. Ouest-France

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 368090521

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

cherbourg.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **7199**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

27 Decembre 2022
Journalistes : **Paul LAILLIER**
Nombre de mots : **393**

Visualiser l'article

Normandie. L'origine de l'incendie qui a fait un mort à Honfleur inconnue

photo un incendie s'est déclenché peu après 22 h, ce lundi 26 décembre 2022, dans un immeuble de la rue de la république à honfleur (calvados). 2

Un incendie s'est déclenché peu après 22 h, ce lundi 26 décembre 2022, dans un immeuble de la rue de la République à Honfleur (Calvados). © Ouest-France

Un incendie s'est déclaré, peu après 22 h ce lundi 26 décembre 2022, dans un immeuble de la rue de la République, à Honfleur (Calvados). Le feu est parti d'un appartement au rez-de-chaussée, dans lequel un homme âgé d'environ 60 ans a été retrouvé mort. Une enquête est en cours pour déterminer les circonstances de l'incident.

Il est 22 h 05, ce lundi 26 décembre 2022, lorsque les secours sont appelés pour un feu dans un appartement de la rue de la République, à Honfleur (Calvados). 28 sapeurs-pompiers en provenance des centres de la ville, ainsi que de Touques , Pont-L'Évêque et Caen interviennent dans ce logement, situé au rez-de-chaussée d'un immeuble de trois étages, à deux pas du Vieux Bassin. 28 personnes sont évacuées du bâtiment et ne retrouveront leur habitation qu'à l'issue de l'opération, vers 1 h 30 du matin.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

L'incendie est parti d'un appartement au rez-de-chaussée, dans lequel un homme d'environ 60 ans a été retrouvé mort. © Ouest-France

« Il était discret »

C'est lors de l'extinction de l'incendie que le corps d'un homme d'environ 60 ans est retrouvé dans l'appartement sinistré. Un habitant récemment installé à cette adresse, où il vivait seul, et qui avait noué peu de contacts avec ses voisins. **« Je le voyais passer de temps en temps, lorsqu'il promenait son chien, mais c'est tout... »** , déplore Françoise Le Grip, gérante du pressing La Lavandière, mitoyen du logement incendié. **« Il était venu m'acheter une bouteille dimanche matin, c'était sa première visite** , raconte Cédric Couraye, vendeur chez le caviste Nicolas, **il était discret, et parlait peu »** .

Voisin immédiat de la victime, à l'entrée de l'immeuble n° 39 de la rue de la République, Laurent Gosselin parle d'un homme **« gentil, bien qu'un peu tourmenté »** . Pour l'heure, l'origine de l'incendie reste inconnue. Une enquête de police a été ouverte pour déterminer les circonstances de l'incident.

Ouest-France

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 368090347

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

granville.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **6412**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

27 Decembre 2022
Journalistes : **Paul LAILLIER**
Nombre de mots : **393**

Visualiser l'article

Normandie. L'origine de l'incendie qui a fait un mort à Honfleur inconnue

photo un incendie s'est déclenché peu après 22 h, ce lundi 26 décembre 2022, dans un immeuble de la rue de la république à honfleur (calvados). 2

Un incendie s'est déclenché peu après 22 h, ce lundi 26 décembre 2022, dans un immeuble de la rue de la République à Honfleur (Calvados). © Ouest-France

Un incendie s'est déclaré, peu après 22 h ce lundi 26 décembre 2022, dans un immeuble de la rue de la République, à Honfleur (Calvados). Le feu est parti d'un appartement au rez-de-chaussée, dans lequel un homme âgé d'environ 60 ans a été retrouvé mort. Une enquête est en cours pour déterminer les circonstances de l'incident.

Il est 22 h 05, ce lundi 26 décembre 2022, lorsque les secours sont appelés pour un feu dans un appartement de la rue de la République, à Honfleur (Calvados). 28 sapeurs-pompiers en provenance des centres de la ville, ainsi que de Touques , Pont-L'Évêque et Caen interviennent dans ce logement, situé au rez-de-chaussée d'un immeuble de trois étages, à deux pas du Vieux Bassin. 28 personnes sont évacuées du bâtiment et ne retrouveront leur habitation qu'à l'issue de l'opération, vers 1 h 30 du matin.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 368090349

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

L'incendie est parti d'un appartement au rez-de-chaussée, dans lequel un homme d'environ 60 ans a été retrouvé mort. © Ouest-France

« Il était discret »

C'est lors de l'extinction de l'incendie que le corps d'un homme d'environ 60 ans est retrouvé dans l'appartement sinistré. Un habitant récemment installé à cette adresse, où il vivait seul, et qui avait noué peu de contacts avec ses voisins. **« Je le voyais passer de temps en temps, lorsqu'il promenait son chien, mais c'est tout... »** , déplore Françoise Le Grip, gérante du pressing La Lavandière, mitoyen du logement incendié. **« Il était venu m'acheter une bouteille dimanche matin, c'était sa première visite** , raconte Cédric Couraye, vendeur chez le caviste Nicolas, **il était discret, et parlait peu »** .

Voisin immédiat de la victime, à l'entrée de l'immeuble n° 39 de la rue de la République, Laurent Gosselin parle d'un homme **« gentil, bien qu'un peu tourmenté »** . Pour l'heure, l'origine de l'incendie reste inconnue. Une enquête de police a été ouverte pour déterminer les circonstances de l'incident.

Ouest-France

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 368090349

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

maville

saint-lo.maville.com

Famille du média : **Portails, Aggrégateurs**
Audience : **6737**
Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

27 Decembre 2022
Journalistes : **Paul LAILLIER**
Nombre de mots : **367**

Visualiser l'article

Normandie. L'origine de l'incendie qui a fait un mort à Honfleur inconnue

Un incendie s'est déclenché peu après 22 h, ce lundi 26 décembre 2022, dans un immeuble de la rue de la République à Honfleur (Calvados). © Ouest-France

Un incendie s'est déclaré, peu après 22 h ce lundi 26 décembre 2022, dans un immeuble de la rue de la République, à Honfleur (Calvados). Le feu est parti d'un appartement au rez-de-chaussée, dans lequel un homme âgé d'environ 60 ans a été retrouvé mort. Une enquête est en cours pour déterminer les circonstances de l'incident.

Il est 22 h 05, ce lundi 26 décembre 2022, lorsque les secours sont appelés pour un feu dans un appartement de la rue de la République, à Honfleur (Calvados). 28 sapeurs-pompiers en provenance des centres de la ville, ainsi que de Touques , Pont-L'Évêque et Caen interviennent dans ce logement, situé au rez-de-chaussée d'un immeuble de trois étages, à deux pas du Vieux Bassin. 28 personnes sont évacuées du bâtiment et ne retrouveront leur habitation qu'à l'issue de l'opération, vers 1 h 30 du matin.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

L'incendie est parti d'un appartement au rez-de-chaussée, dans lequel un homme d'environ 60 ans a été retrouvé mort. © Ouest-France

« Il était discret »

C'est lors de l'extinction de l'incendie que le corps d'un homme d'environ 60 ans est retrouvé dans l'appartement sinistré. Un habitant récemment installé à cette adresse, où il vivait seul, et qui avait noué peu de contacts avec ses voisins. **« Je le voyais passer de temps en temps, lorsqu'il promenait son chien, mais c'est tout... »** , déplore Françoise Le Grip, gérante du pressing La Lavandière, mitoyen du logement incendié. **« Il était venu m'acheter une bouteille dimanche matin, c'était sa première visite** , raconte Cédric Couraye, vendeur chez le caviste Nicolas, **il était discret, et parlait peu »** .

Voisin immédiat de la victime, à l'entrée de l'immeuble n° 39 de la rue de la République, Laurent Gosselin parle d'un homme **« gentil, bien qu'un peu tourmenté »** . Pour l'heure, l'origine de l'incendie reste inconnue. Une enquête de police a été ouverte pour déterminer les circonstances de l'incident.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Presse écrite FRA

Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**

Périodicité : **Quotidienne**

Audience : **2164000**

Sujet du média : **Actualités-Infos Générales**

Edition : **28 decembre 2022 P.6**

Journalistes : **Paul LAILLIER.**

Nombre de mots : **298**

Décédé dans un incendie à Honfleur

Un incendie s'est déclaré lundi soir, dans un immeuble à Honfleur. Un homme âgé d'environ 60 ans a été retrouvé mort.

Il était 22 h 05, lundi, lorsque les secours sont appelés pour un feu dans un appartement de la rue de la République, à Honfleur (Calvados). 28 sapeurs-pompiers en provenance des centres de la ville, ainsi que de Touques, Pont-L'Évêque et Caen interviennent dans ce logement, situé au rez-de-chaussée d'un immeuble de trois étages, à deux pas du Vieux Bassin. 28 personnes sont évacuées du bâtiment et ne retrouveront leur habitation qu'à l'issue de l'opération, vers 1 h 30 du matin.

C'est lors de l'extinction de l'incendie que le corps d'un homme d'environ 60 ans est retrouvé dans l'appartement sinistré.

Un habitant récemment installé à cette adresse, où il vivait seul, et qui avait noué peu de contacts avec ses voisins. **« Je le voyais passer de temps en temps, lorsqu'il promenait son chien, mais c'est tout... »**, déplore Françoise Le Grip, gérante du pressing La Lavandière, mitoyen du logement incendié.

Discret et gentil

« Il était venu m'acheter une bouteille dimanche matin, c'était sa première visite, raconte Cédric Couraye, vendeur chez le caviste Nicolas, **il était discret, et parlait peu »**.

Un incendie s'est déclenché peu après 22 h, lundi, dans un immeuble de la rue de la République à Honfleur .

| PHOTO : OUEST-FRANCE

Voisin immédiat de la victime, à l'entrée de l'immeuble n° 39 de la rue de la République, Laurent Gosselin parle d'un homme **« gentil, bien qu'un peu tourmenté »**.

Pour l'heure, l'origine de l'incendie reste inconnue. Une enquête de police a été ouverte. C'est le cinquième décés dans un incendie en une semaine en Normandie.

Paul LAILLIER.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 2448034600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Web FRA

emarketing.fr

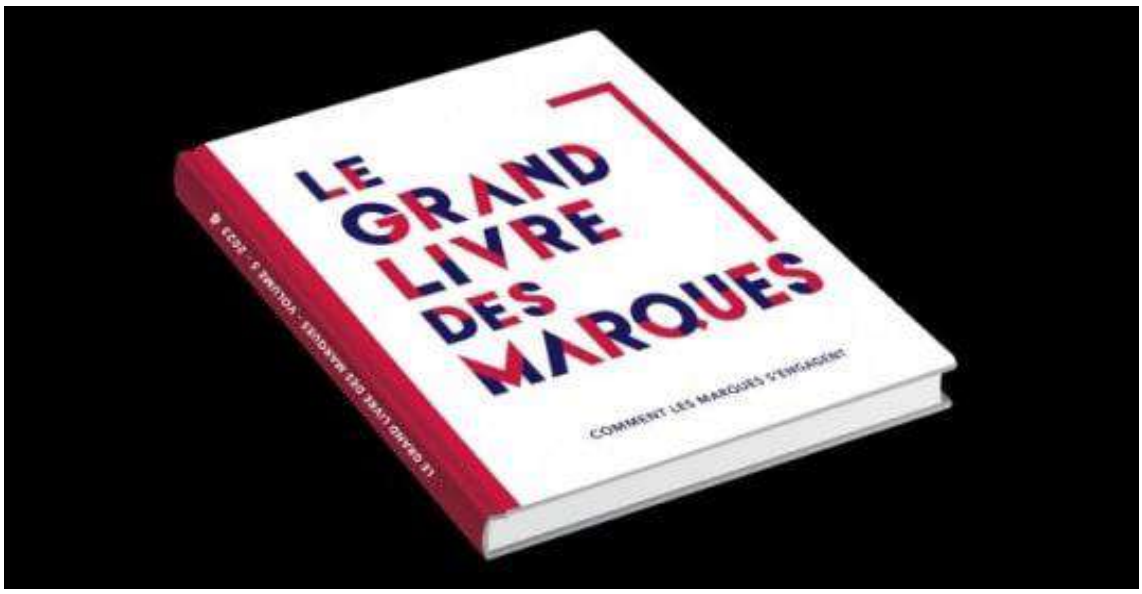
www.e-marketing.fr

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **298761**
Sujet du média : **Gestion d'entreprise - Management, Communication - Médias - Internet**

27 Décembre 2022
Journalistes : **-**
Nombre de mots : **316**

Visualiser l'article

L'Arbre Vert, Chocolat Ethiquable et Biocoop, le palmarès des marques engagées



La cinquième édition du Grand Livre des Marques revient sur l'engagement des marques. Publiée par la récompense Marque Préférée des Français, l'ouvrage classe 24 grandes marques comme DIM, Nicolas, ou Puget

Les 24 marques présentes dans *Le Grand Livre des Marques* font partie du quotidien des Français. Elles sont analysées par Arnaud Pagès, journaliste à l'ADN au prisme de leurs engagements. Ce classement regroupe des marques de grande consommation comme Cristaline, DIM, Le Petit Marseillais, Lactel, mais aussi des services (PayPal, O2 Care Services, Macif, notamment) et des enseignes de proximité (comme Nicolas, Norauto, Paul ou Jeff de Bruges).

Des Marques Préférées des Français

Toutes les marques classées dans l'ouvrage ont été **élues Marque Préférée des Français, dans leur catégorie.** Cette distinction récompense une marque d'un gage de qualité et d'un niveau de recommandation par les consommateurs. Or, *"aujourd'hui, on ne devient pas Marque Préférée des Français sans un engagement fort et concret"* , écrivent Claire Doin et Benjamin Fagot en préface. La vingtaine de marques a communiqué sur **ses savoir-faire, ses valeurs, ses anecdotes et chiffres-clés.** Elles sont revenues en profondeur, par la voix de leurs dirigeants, **sur leurs engagements, sur la manière d'y impliquer leurs collaborateurs** ... sans oublier les difficultés qu'elles rencontrent.

Aujourd'hui, on ne devient pas Marque Préférée des Français sans un engagement fort et concret" , préface du Grand Livre des Marques

Depuis 2015, la Marque Préférée des Français identifie, récompense et accompagne les marques. Basée sur des études réalisées par un institut de sondage externe qui compare toutes les marques existantes du marché, **elle distingue la marque**

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

préférée des Français dans sa catégorie : la marque percevant le taux d'empathie le plus élevé du marché . À l'issue des résultats de l'étude sectorielle, une seule marque est élue pour deux ans.

239614 CASTELNICOLAS2 - CISION 368090729

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Radio FRA

In vino

Résumé: L'émission est délocalisée chez le caviste Nicolas à Paris, au 142 Rue de Rivoli.

31 Decembre 2022
Durée de l'extrait : **00:26:46**
Heure de passage : **13h02**
Disponible jusqu'au :
1 Juillet 2023

AM **Alain MARTY**

Famille du média :
Radios Nationales
Horaire de l'émission :
13:00 - 13:30
Audience : **N.C**
Thématique de l'émission :
Tourisme-Gastronomie

312399
CASTELNICOLAS+
CISION 230000085

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.