Communiqué de presse

Paris, le 26 mars 2025

Nicolas, caviste préféré des Français, s'engage pour le pouvoir d'achat avec une refonte majeure de sa politique tarifaire

Alors que le pouvoir d'achat est plus que jamais au centre des préoccupations des Français, Nicolas annonce aujourd'hui une refonte majeure de son offre tarifaire avec la baisse du prix sur plus de 100 produits phares, qui représentent à eux seuls 80% des ventes de l'enseigne. Nicolas poursuit ainsi son engagement envers le pouvoir d'achat des Français, tout en choisissant de diminuer ses marges sans réduire la rémunération des producteurs, pour rendre ses produits plus accessibles tout en soutenant les acteurs du secteur.

Une baisse des prix significative en faveur du portefeuille des clients

L'enseigne, fidèle à son engagement envers le pouvoir d'achat des Français, annonce une refonte de ses prix sur une sélection de plus de 100 produits, qui couvrent un large éventail de vins et de spiritueux. En plus d'une baisse significative des prix, Nicolas va encore plus loin en proposant une garantie unique dans le secteur des cavistes à ses clients : s'il trouve une référence moins chère ailleurs, la différence lui est remboursée sur sa carte fidélité.

Pour Christopher Hermelin, Directeur Innovation et Marketing chez Nicolas, « *cette révision des prix s'inscrit dans une démarche durable et réfléchie, qui illustre parfaitement l'identité de Nicolas en tant que caviste préféré des Français. L'objectif de cette démarche est simple : continuer de répondre aux attentes des consommateurs en matière de pouvoir d'achat, tout en soutenant la filière. C'est pourquoi nous avons choisi de réduire nos marges, sans toucher à la rémunération de nos partenaires. Car L'ambition n'est pas de mettre une pression sur les producteurs, mais de proposer à nos clients des prix accessibles et justes pour tous dans un contexte économique tendu.*"

Dans un contexte marqué par l'évolution des habitudes de consommation et le recul global des ventes de boissons alcoolisées, Nicolas ambitionne également avec cette campagne de renforcer la fréquentation de ses caves.

Plus de 200 ans d'expertise aux côtés des Français

Depuis plus de 200 ans, Nicolas s'attache à proposer aux Français des vins accessibles sans compromis sur la qualité. Grâce à une sélection rigoureuse et aux dégustations menées par ses œnologues experts, l'enseigne met à l'honneur des références respectueuses des terroirs et des savoir-faire, en collaborant avec des producteurs locaux et des partenaires historiques.

Forte de son héritage, l'enseigne a su évoluer avec son époque pour répondre aux attentes des consommateurs. Avec 479 caves à travers la France, elle allie proximité et expertise, offrant un large choix de produits adaptés aux tendances et au pouvoir d'achat. Fidèle à son esprit d'innovation, Nicolas enrichit régulièrement son offre avec des offres originales telles que la gamme Nectar permettant à chacun de découvrir de nouvelles saveurs au meilleur prix.

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 plus 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 primeurs. Nicolas s'est aujourd'hui diversifié avec un large éventail de champagnes, spiritueux, bières et boissons sans alcool qui s'enrichit chaque jour. Présent aujourd'hui dans 11 pays et dans les DROM-COM, avec 565 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). Les process uniques d'agréages et de contrôles Qualité Produits mis en place par le Service Qualité Nicolas sont d'ailleurs certifiés ISO9001 : 2015.

Agence Omnicom PR Group
Ophélie Wachala
ophelie.wachala@omnicomprgroup.com - 06 18 83 59 63
Marielle Brisson
marielle.brisson@omnicomprgroup.com - 06 73 06 03 44