

## **L'enseigne Nicolas se transforme avec une nouvelle identité de marque, et devient la « Maison Nicolas »**

**Dans le cadre du lancement d'un grand plan de transformation de l'entreprise porté par la Directrice générale Cathy Collart Geiger, l'enseigne Nicolas se réinvente autour d'une nouvelle incarnation. Conjuguant modernité et respect de la tradition, ce positionnement porte à la fois l'Histoire bicentenaire de la marque patrimoniale française, tout en exprimant avec modernité son nouveau socle de valeur et sa mission.**

« Le monde qui nous entoure change de plus en plus vite. Nous peinons parfois à y retrouver nos repères, dans un environnement où tout s'accélère. Ce tourbillon peut susciter un certain sentiment à la fois d'inquiétude, d'éloignement et d'isolement. En 2025, 55% des Français déclarent se sentir seuls, et 8 sur 10 révèlent souffrir de la solitude.

L'époque de transition que nous vivons rappelle un besoin essentiel et vital : celui de renouer avec la convivialité. Aujourd'hui plus que jamais, la convivialité est devenue un enjeu de société.

Dans la Maison Nicolas, nous voulons accompagner tous les rituels et moments de convivialité, comme nous le faisons depuis plus de 200 ans. Portés par cette raison d'être revisitée, nous partageons une nouvelle identité de marque, dans laquelle nous espérons que chacun reconnaîtra son propre imaginaire de convivialité. »

Cathy Collart Geiger  
Directrice générale

## Réinventer notre nom : « Maison Nicolas »

Depuis plus de 200 ans, nous accueillons les consommateurs dans notre Maison. Créée en 1822 par Louis Nicolas, 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. Quelques décennies plus tard, son successeur, Etienne Nicolas, n'a eu de cesse de faire connaître la marque Nicolas, en associant la marque aux travaux de nombreux artistes, comme lors de l'Exposition universelle de 1937.

Réinvestir le nom de « Maison », c'est revenir à notre Histoire.

La maison, c'est également là où l'on reçoit, où l'on invite. C'est un lieu de convivialité rassurant. Incarner le concept de maison, c'est là toute l'expérience que nous souhaitons faire vivre aux consommateurs lorsqu'ils se rendent dans nos 565 magasins en France et à l'international, où nos 700 cavistes les accueillent et conseillent chaque jour.



## L'inscription de notre métier de caviste au cœur du logo

Avec cette réincarnation graphique, nous remettons l'icône historique de notre Maison dans notre identité. A l'apparence modernisée, cette silhouette de caviste qui se dessine entre les lettres « N » et « A » ancre notre métier au cœur du nouveau logo.

Entre dynamisme et tradition, cette renaissance identitaire montre le caviste en tenue de travail avec son tablier, tel que représenté lors de l'Exposition universelle de 1937.

## Une nouvelle signature « Source de convivialité depuis 1822 »

Parce que notre raison d'être est d'accompagner tous les moments de partage et de convivialité, nous adoptons une nouvelle signature : « Source de convivialité depuis 1822 ».

Le concept d'être source témoigne de notre position auprès des consommateurs, en venant les conseiller en amont de tous leurs instants de partage, anniversaires, apéros du vendredi soir, dîners romantiques, afterwork ...

La source, c'est également le symbole de la diversité des boissons. Un marqueur fort de notre engagement autour du sans-alcool et sur la diversification de nos gammes et services, avec plus de 3 000 références proposées dans nos points de vente.

La notion de convivialité est également au cœur de notre mission, de notre raison d'être. Arrivé dans le dictionnaire français en 1825, la Maison Nicolas est née trois ans avant même l'apparition du concept de convivialité.



## « Où est Nicolas ? » – Le jeu concours lancé pour le dévoilement de la nouvelle identité

Dans la nuit du 12 au 13 octobre, notre nouveau logo Maison Nicolas a été apposé sur les vitrines de dix magasins parisiens. Nous lançons le défi aux passants de trouver l'un de ces dix magasins, de le prendre en photo et de le publier sur leurs réseaux sociaux.

Trait d'union entre le digital et le physique, ce jeu marque le lancement de notre nouvelle identité avec enthousiasme, proximité et convivialité. Les gagnants tirés au sort pourront participer à une soirée dégustation d'exception dans notre Showroom Maison Nicolas, à Paris La Madeleine.



### **À propos de Maison Nicolas**

Créée en 1822, la Maison Nicolas fut à l'origine d'une innovation qui a révolutionné non seulement le secteur du vin mais également les habitudes de consommation : la vente de vin en bouteille. Depuis 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 dans 11 pays et dans les DROM-COM, avec 565 caves en France et à l'étranger, Nicolas représente plus de 10 % de part de marché et demeure le caviste de référence. Les 700 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.

### **Contacts presse**

#### **Agence Omnicom Reputation Group**

Ophélie Wachala

[ophelie.wachala@omnicomprgroup.com](mailto:ophelie.wachala@omnicomprgroup.com) - 06 18 83 59 63

Marielle Brisson

[marielle.brisson@omnicomprgroup.com](mailto:marielle.brisson@omnicomprgroup.com) - 06 73 06 03 44