

L'enjeu patrimonial

L'architecture comme stratégie commerciale

Ce qui reste valable : l'idée, à travers l'architecture, d'internationaliser la marque, tout en affirmant les racines locales. Si le style architectural est néo-tudor, le donjon marque l'entrée des caves et le site est entouré de vignes. Détruit pendant la guerre de 1914, le site a été reconstruit à l'identique avec très peu de modifications, affirmant de la sorte le lien entre la marque et son architecture

Créer dans le créé

Dans les années 1950, les grandes cuves remplacent les tonneaux. On glisse des cellules de béton à l'intérieur des bâtiments. Dans les années 1980, on met au point les grandes cuves en inox. Dans le grand bâtiment consacré à la cuverie, on ne change pas l'extérieur, on creuse le sol pour placer les cuves dans les entrepôts. A côté du travail technique il y a eu tout un travail de mise en valeur dans la fidélité du site. Les installations continuent à jouer le rôle d'outil de marketing. En outre, on respecte un lieu de travail quand il est beau, et c'est le cas ici.



L'entrepôt est devenu la grande cuverie, sans que cela se remarque à l'extérieur de ce beau bâtiment de la fin du XIX siècle.

.....
• Le prochain rendez-vous des mercredis du patrimoine: le 1^{er} décembre 2004
•

La faïencerie des Islettes au Bois d'Epense.

• Rendez-vous à 9h30 dans le hall de l'Hôtel de Ville de Sainte Menehould. Vous serez accueillis par l'équipe de l'APIC et par le spécialiste de la question, Sylvain Druet.
•

.....