

## 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<sup>er</sup> 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 ac-  
• cueillis par l'équipe de l'APIC et par le spécialiste de la question, Sylvain Druet.  
•