



PROTOCOLE DE MADRID

Formulaire type n° 3A : Refus provisoire total de protection (règle 17.1) du règlement d'exécution commun)

| |
|--|
| I. Office qui fait la notification : INSTITUT NATIONAL DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE Département des Marques, Dessins et Modèles 15, rue des Minimes-CS 50001 92677 COURBEVOIE CEDEX FRANCE REF : OP21-1951 / 1579492 / MBA Affaire suivie par : Marion BARGE Tel : 01.56.65.81.26 |
| II. Numéro de l'enregistrement international : 1579492 |
| III. Nom du titulaire : F&I Beverages AG |
| IV. Informations concernant le type de refus provisoire : <input checked="" type="checkbox"/> Refus provisoire total fondé sur une opposition i) Nom de l'opposant : Bacardi & Company Limited ii) Adresse de l'opposant : Aeulestrasse 5, FL-9490 Vaduz, LIECHTENSTEIN |
| V. Informations concernant la portée du refus provisoire : Le refus provisoire total concerne tous les produits. |
| VI. Motifs de refus (le cas échéant, voir la rubrique VII) : VOIR EN ANNEXE L'ACTE D'OPPOSITION |

VII. Informations relatives au(x) droit(s) antérieur(s) :

i) Références du/des droit(s) antérieur(s) :

VOIR EN ANNEXE L'ACTE D'OPPOSITION

ii) Nom et adresse du titulaire :

VOIR EN ANNEXE L'ACTE D'OPPOSITION

iii) Signe(s) invoqué(s) :

VOIR EN ANNEXE L'ACTE D'OPPOSITION

iv) Liste des produits et services pertinents :

VOIR EN ANNEXE L'ACTE D'OPPOSITION

VIII. Dispositions essentielles correspondantes de la législation applicable :

VOIR FICHE JOINTE

IX. Informations concernant la possibilité de présenter une requête en réexamen ou un recours :

i) Délai pour présenter une requête en réexamen ou un recours :

Le titulaire de l'enregistrement international est réputé avoir reçu la notification de l'opposition dans un délai de quinze jours à compter de la date d'émission de cette notification par l'Institut.

Le titulaire dispose d'un délai de 2 mois à compter de cette date présumée de réception pour présenter ses observations à l'Institut National de la Propriété Industrielle.

ii) Autorité auprès de laquelle la requête en réexamen ou le recours doit être déposé :

Institut National de la Propriété Industrielle

iii) Nécessité de déposer la requête en réexamen ou le recours dans une langue particulière ou par l'intermédiaire d'un mandataire qui a son adresse sur le territoire de la partie contractante :

Tout acte ou pièce remis à l'Institut national de la propriété industrielle doit, s'il est rédigé en langue étrangère, être accompagné de sa traduction en langue française.

Si le titulaire n'est pas établi ou domicilié en France, dans un Etat membre de l'Union européenne ou de l'Espace économique européen, ses observations doivent être présentées par un mandataire habilité ayant son domicile, son siège ou son établissement en France ou par un professionnel ressortissant d'un pays de l'Union européenne ou de l'Espace économique européen, exerçant légalement une activité de représentation devant l'office central de propriété industrielle de son état.



X. Signature ou sceau officiel de l'Office qui fait la notification :

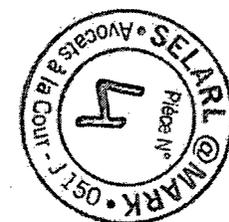
**Pour le Directeur général de
l'Institut National de la Propriété Industrielle**

Marion BARGE
Juriste

XI. Date d'envoi de la notification au Bureau international : 21/07/2021

Grey Goose Brand building

2018-2020

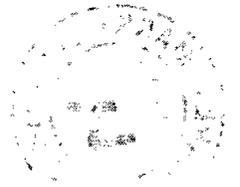


2019

- OOH St Lazare

2020 & 2021

- Partenariat Top Chef X Grey Goose
- Partenariat Molitor



219 / Montant des dépenses: 150 k

FRANCE OOH > FINAL CREATIVE

2019 / Spent : 150K

CERTAINES VODKAS
SONT NEUTRES,
NOUS AVONS CHOISI
LE CARACTÈRE.

SANS COMPROMIS

SI VOTRE VODKA
DOIT ÊTRE DISTILLÉE
PLUS D'UNE FOIS,
VOUS AVEZ BESOIN
DE MEILLEURS
INGRÉDIENTS.

SANS COMPROMIS

SI VOTRE VODKA
DOIT ÊTRE DISTILLÉE
PLUS D'UNE FOIS,
VOUS AVEZ BESOIN
DE MEILLEURS
INGRÉDIENTS.

SANS COMPROMIS

CERTAINES VODKAS
SONT NEUTRES,
NOUS AVONS CHOISI
LE CARACTÈRE.

SANS COMPROMIS



GREY GOOSE



GREY GOOSE
VODKA

© 2019 GREY GOOSE VODKA. ALL RIGHTS RESERVED. PHOTO: JACQUES LAFAYETTE

PARIS EXCLUSIF BY JACQUES LAFAYETTE & BOUTIQUE. A COMMERCE ENCELOSADO

BY JACQUES LAFAYETTE & BOUTIQUE. A COMMERCE ENCELOSADO



PILLARS 1 & 5: WATER

PANEL - A

SI VOTRE VODKA
DOIT ÊTRE DISTILLÉE
PLUS D'UNE FOIS,
VOUS AVEZ BESOIN
DE MEILLEURS
INGRÉDIENTS.



SANS COMPROMIS
DU BLÉ, DE L'EAU ET DES HOMMES

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

PANEL - B



GREY GOOSE
VODKA
DISTILLED AND BOTTLED
IN FRANCE

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

PANEL - C

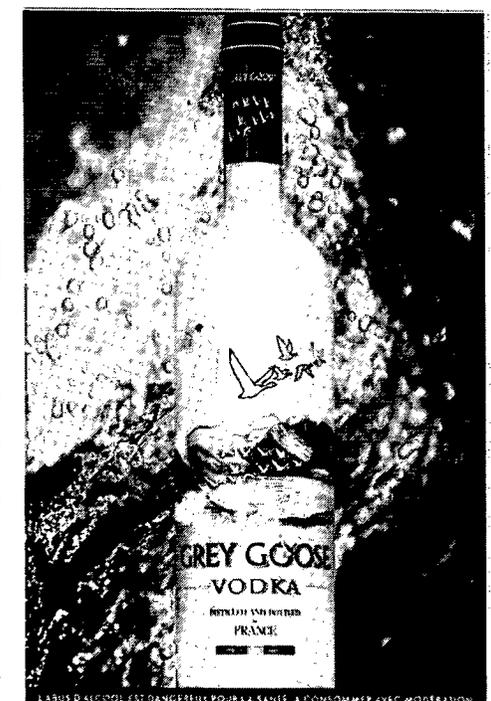
SI VOTRE VODKA
DOIT ÊTRE DISTILLÉE
PLUS D'UNE FOIS,
VOUS AVEZ BESOIN
DE MEILLEURS
INGRÉDIENTS.



SANS COMPROMIS
DU BLÉ, DE L'EAU ET DES HOMMES

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

PANEL - D



GREY GOOSE
VODKA
DISTILLED AND BOTTLED
IN FRANCE

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.





PILLARS 3 & 7: WHEAT

PANEL - A

100%
D'INGRÉDIENTS
FRANÇAIS,
100% TRAÇABLE
DU CHAMP
À LA BOUTEILLE.



SANS COMPROMIS
DU BLÉ DE L'EAU ET DES HOMMES

PANEL - B



GREY GOOSE
VODKA
DISTILLED AND BOTTLED
IN FRANCE

PANEL - C

100%
D'INGRÉDIENTS
FRANÇAIS,
100% TRAÇABLE
DU CHAMP
À LA BOUTEILLE.



SANS COMPROMIS
DU BLÉ DE L'EAU ET DES HOMMES

PANEL - D



GREY GOOSE
VODKA
DISTILLED AND BOTTLED
IN FRANCE

ALCOHOLIC BEVERAGE. 40% ALC/VOL (80 PROOF). 100% GRAIN NEUTRAL SPIRITS. © 2011 GREY GOOSE VODKA. ALL RIGHTS RESERVED.



PILLARS 2, 4, 6 & 8: MARGOT

PANEL - A

CERTAINES VODKAS
SONT NEUTRES,
NOUS AVONS CHOISI
LE CARACTÈRE.



SANS COMPROMIS
DU BLÉ, DE L'EAU ET DES HOMMES

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

PANEL - B



SAN COMBAT
Margot Le Campion
GREY GOOSE
VODKA

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

PANEL - C

CERTAINES VODKAS
SONT NEUTRES,
NOUS AVONS CHOISI
LE CARACTÈRE.



SANS COMPROMIS
DU BLÉ, DE L'EAU ET DES HOMMES

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

PANEL - D



SAN COMBAT
Margot Le Campion
GREY GOOSE
VODKA

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.



GREY GOOSE X TOP CHEF
2020 : 550 K€

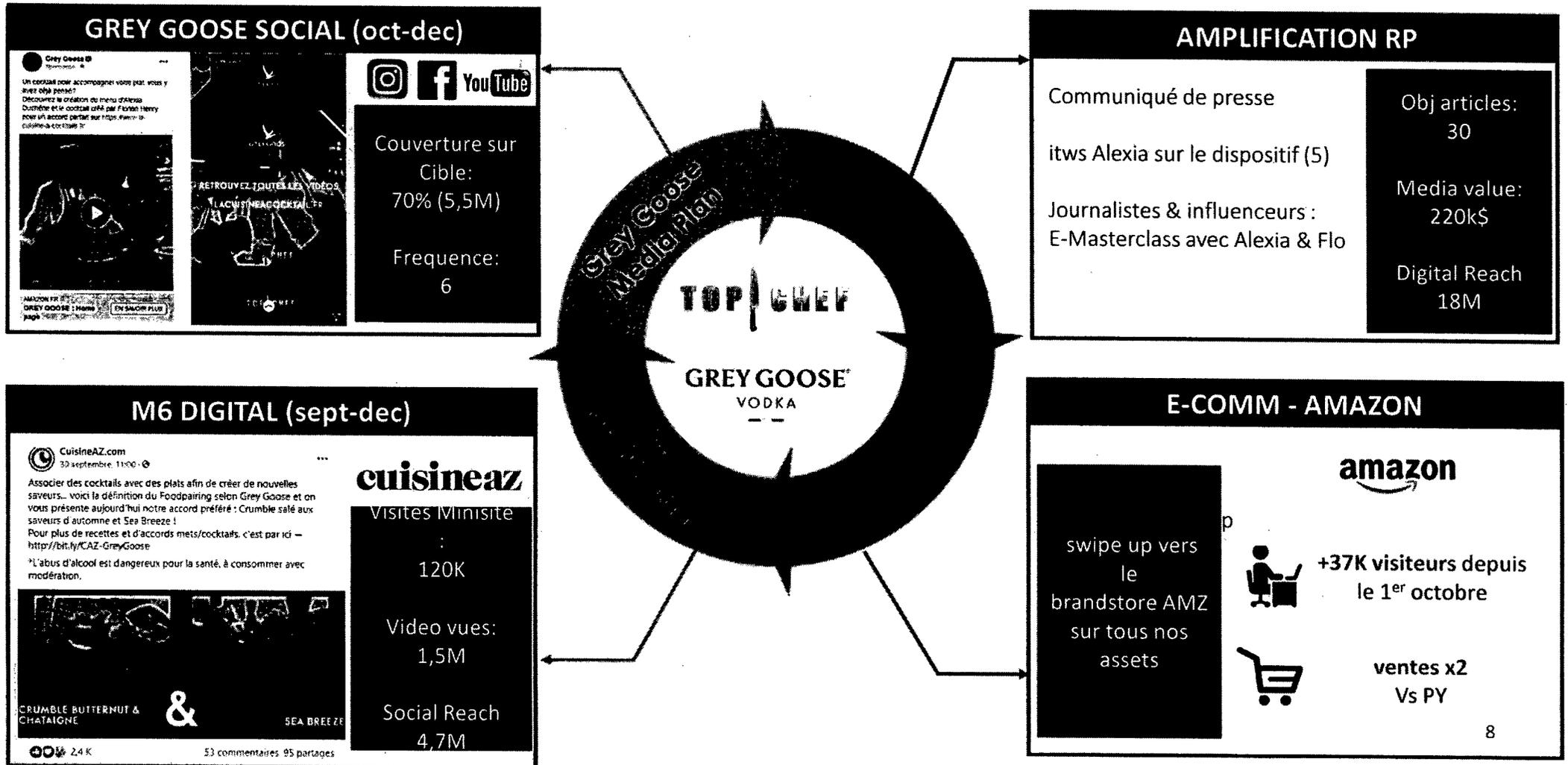
<https://www.la-cuisine-a-cocktails.fr/>

GREY GOOSE X MOLITOR
2020-2022 : 150 K€

Molitor Photos :

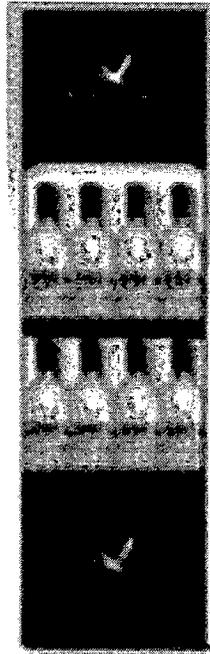
[https://www.dropbox.com/sh/akzaj8z6xyhspc6/AAB5CabZDAXoDRyhfxXUKvP1a
?dl=0](https://www.dropbox.com/sh/akzaj8z6xyhspc6/AAB5CabZDAXoDRyhfxXUKvP1a?dl=0)

UN PLAN 100% INTEGRE EN 2020, AVEC POUR OBJECTIF D'AMPLIFIER EN FY22



BELOW THE LINE – OFF TRADE

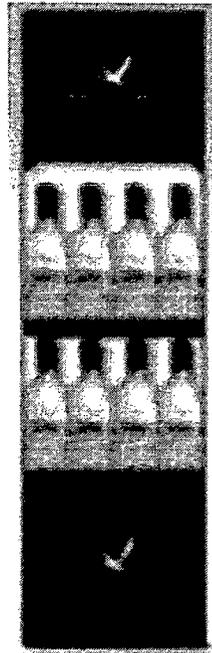
2018



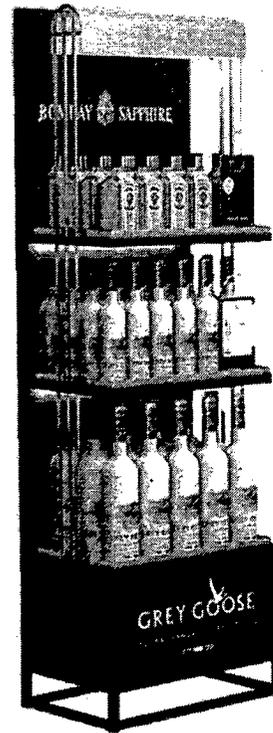
100 displays 32 btls



2019

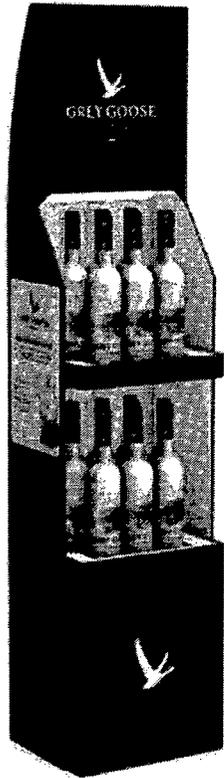


100 displays 32 btl

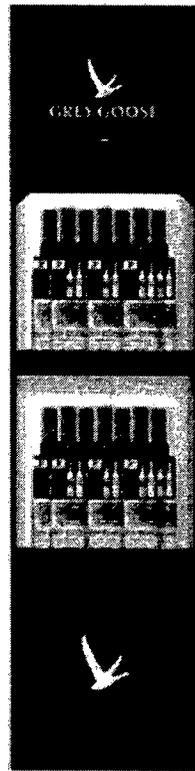


135 Premium displays

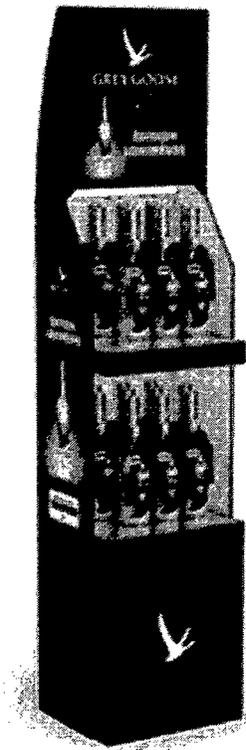
2020



130 displays 32 btls



150 displays 20 btls



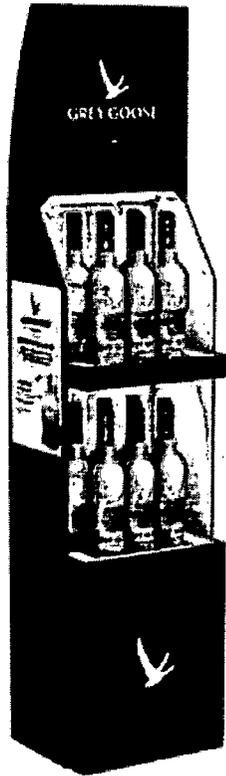
250 displays 32 btls



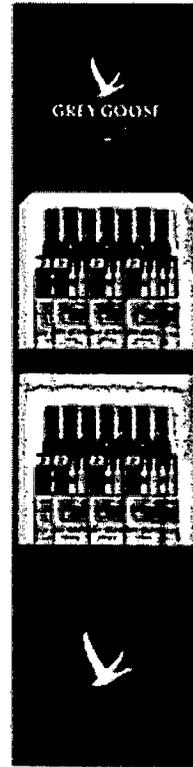
100 Premium displays



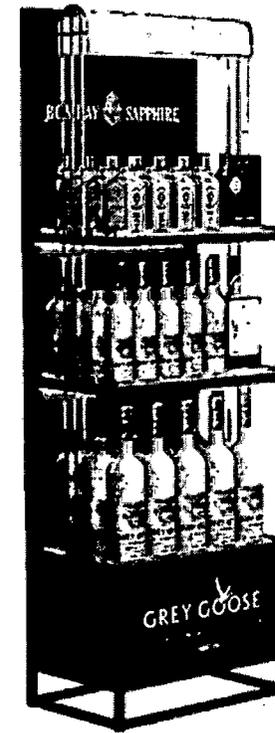
2021



150 displays 32 btls



150 displays 20 btls



51 Premium displays



Instagram

Rechercher



greygoose

S'abonner



1 313 publications

344k abonnés

316 abonnements

GREY GOOSE® Vodka

Vins/spiritueux

Made in France FR

Sip Responsibly

Must be legal drinking age to view/share.

bit.ly/en-guidelines

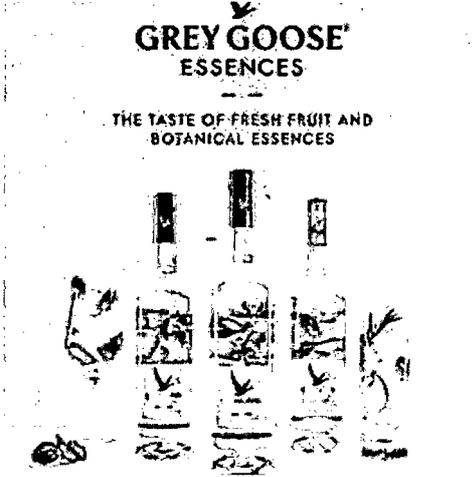
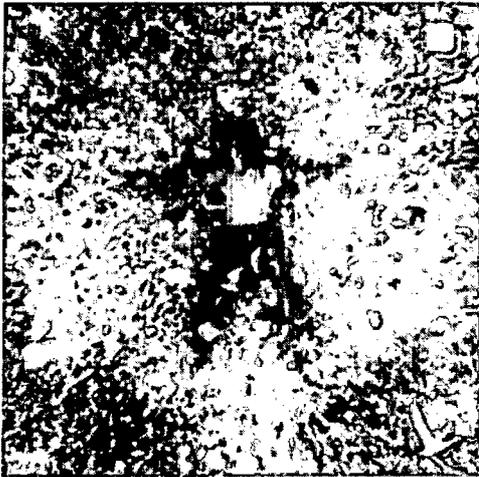
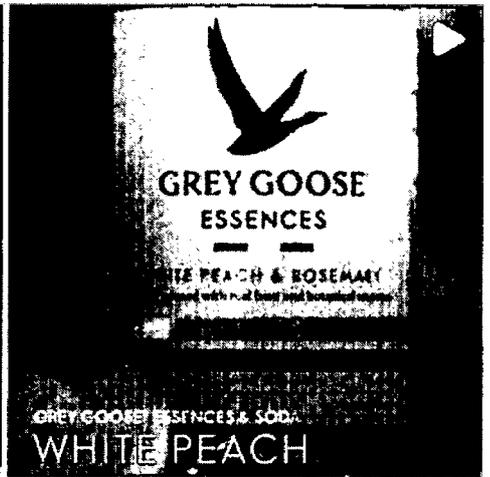


PUBLICATIONS

REELS

IGTV

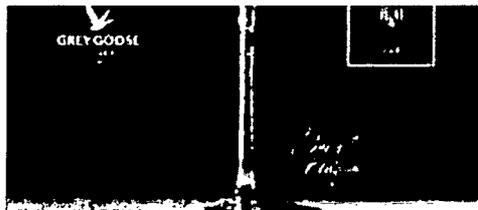
IDENTIFIÉ(E)





Instagram

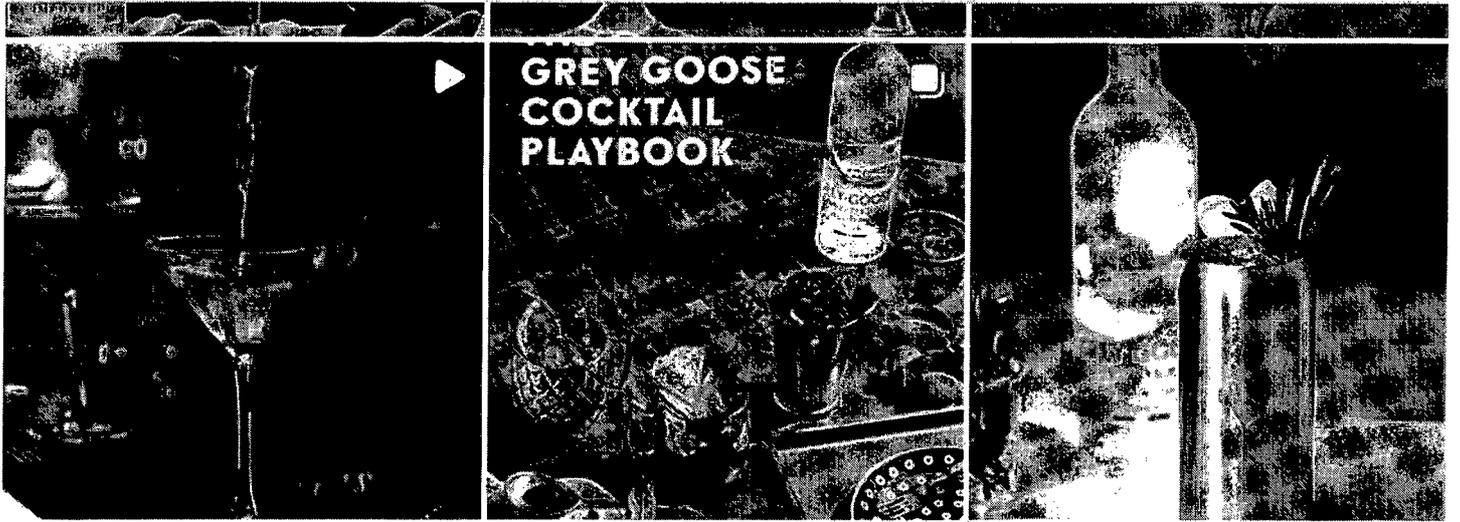
Rechercher



Page:27-27/226 Pli:1 Anx:aucun Spa:10702725 IdPli:951342499

Instagram

Rechercher



[À propos](#) [Blog](#) [Emplois](#) [Aide](#) [API](#) [Confidentialité](#) [Conditions](#) [Comptes principaux](#) [Hashtags](#) [Lieux](#)

Français  © 2021 Instagram par Facebook





Grey Goose

@GreyGooseFR · Vins/spiritueux

Envoyer un message

Accueil

Vidéos

Photos

Plus ▾

J'aime



À propos

Voir tout

. En vous abonnant à ce compte vous certifiez avoir plus de 18 ans. L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération. CONTENU ... [Afficher la suite](#)

Politique de responsabilité
Nous nous engageons à un comportement responsable.
Nous nous réservons donc le droit de modérer tout contenu mis en lign... [Afficher la suite](#)

2 472 157 personnes aiment ça, dont 1 de vos amis



2 472 160 personnes sont abonnées

<http://www.greygoose.com/>

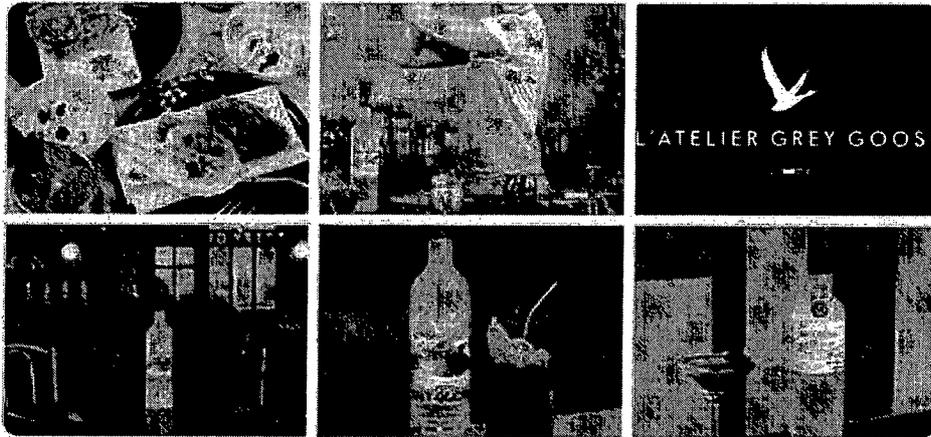
Envoyer un message

Vins/spiritueux · Entreprise d'alimentation et de boissons ·
Entreprise



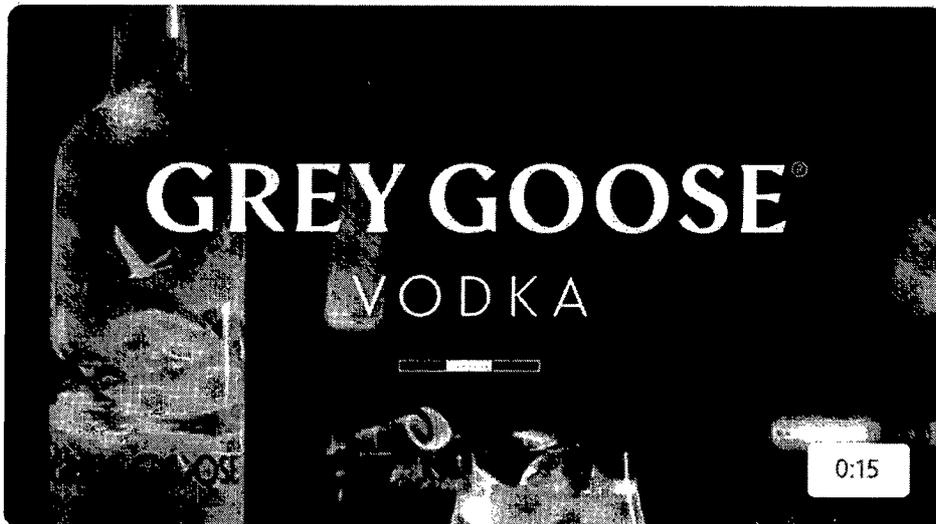
Photos

Voir tout



Vidéos

Voir tout



En panne d'inspiration pour vos apertifs de fin d'année ? S...



6

520 vues · il y a un an

Transparence de la Page

Voir tout

Facebook fournit des informations pour vous aider à mieux comprendre le but de cette Page. Découvrez l'historique des publications et de la gestion de cette dernière.



Page créée - 18 mars 2015

Ajouter votre entreprise à Facebook

Exposez votre travail, créez des publicités et entrez en contact avec des clients et des soutiens.



Informations concernant les données de statistiques de Page · Confidentialité · Conditions générales · Publicités · Choix publicitaires · Cookies · Plus · Facebook © 2021



Grey Goose

27 janvier ·



GREY GOOSE et Amandine Chaignot vous proposent un menu food pairing d'exception à l'occasion de la Saint-Valentin. Des accords mets et cocktails créés spécifiquement par la chef et le brand ambassadeur GREY GOOSE, Florian Henry.

A réserver dès aujourd'hui sur le site internet du restaurant Pouliche – Disponible en delivery ou click & collect.



2

1 partage

J'aime

Commenter

Partager



Écrivez un commentaire...



Grey Goose

22 octobre 2020 ·





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



8

4 commentaires 3 partages

J'aime

Commenter

Partager

Les plus pertinents



Écrivez un commentaire...



Florence-cm Castel-Corbé
ok

J'aime · Répondre · 24 sem

La sélection est sur Les plus pertinents, certains commentaires ont donc peut-être été filtrés.



Grey Goose

10 octobre 2020 ·



Saviez-vous que les cocktails se marient très bien avec un repas? Retrouvez toutes nos astuces de food pairing et de nombreuses recettes sur: www.http//la-cuisine-a-cocktails.fr

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



21

1 partage

J'aime

Commenter

Partager



Écrivez un commentaire...



Grey Goose

9 octobre 2020 ·



Rehaussez vos traditionnels brunch. Le cocktail Punch on Lock a été créé par Margot Lecarpentier, une barmaid de Paris, France. Glissez pour la recette.



13

1 commentaire 1 partage

J'aime

Commenter

Partager

Les plus pertinents



Écrivez un commentaire...



Aurélien Lacombe
Daniel Le Chnek toi qui aime la vodka ! C est une entreprise charentaise !

J'aime · Répondre · 31 sem

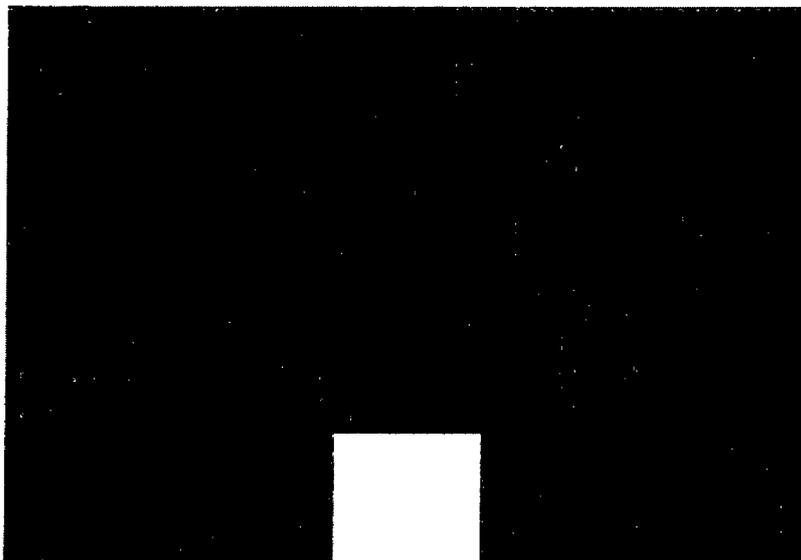


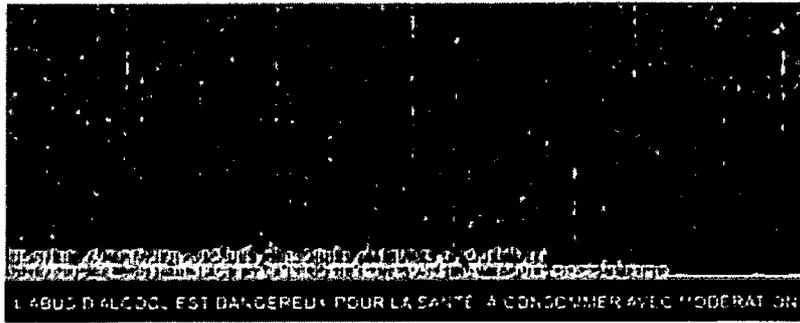
Grey Goose

8 octobre 2020

"Continuez à essayer, votre résilience est votre meilleur allié et vous aidera à réaliser vos rêves." Une recette cocktail imaginée pour le brunch par Margot Lecarpentier, une barmaid à Paris, France.
@margot.combat

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





6

1 partage

J'aime

Commenter

Partager



Écrivez un commentaire...







Grey Goose

4 714 Tweets

Recherche Twitter



Nouveau sur Twitter ?

Inscrivez-vous pour profiter de votre propre fil personnalisé !

S'inscrire

Suivre

Grey Goose

@GreyGoose

Made in France Sip Responsibly. Must be legal drinking age to view/share.

greygoose.com/us/en A rejoint Twitter en avril 2009

1 087 abonnements 88,6 k abonnés

Tweets Tweets et réponses Médias J'aime

Grey Goose @GreyGoose · 10h

POUR
YOURSELF
SOMETHING
SMOOTH



222 vues

Grey Goose @GreyGoose · 2 juin

1 ½ oz GREY GOOSE® Essences Watermelon & Basil
4 ½ oz Soda Water
Sliced Watermelon
Basil
Lime Twist

Fill a chilled glass with cubed ice and add GREY GOOSE® Essences Watermelon & Basil. Top with soda water. Then simply garnish with basil, fresh watermelon, and a lime twist.

4

Afficher cette discussion

Grey Goose @GreyGoose · 2 juin

Still thinking about how to spend your summer? Here's our step-by-step to one flavorful way. Where do you imagine yourself sipping under the sun? Find the recipe in the replies.

Vous pourriez aimer

SKYY Vodka
@SKYYVodka

Suivre

Belvedere Vodka
@belvederevodka

Suivre

BACARDI
@BACARDI

Suivre

Voir plus

Tendances pour vous

Space and astronomy · Tendances
#Eclipse2021
1 806 Tweets

Média K-Pop · Tendances
minho
31,9 k Tweets

Tendance dans la catégorie France
Wolfgang
18,5 k Tweets

Tendance dans la catégorie France
Chan
306 k Tweets

Tendance dans la catégorie France
Endeavor
5 167 Tweets

Voir plus

Conditions d'utilisation · Politique de Confidentialité
Politique relative aux cookies
Informations sur les publicités Plus ...
© 2021 Twitter, Inc.

Ne manquez pas ce qui se passe.

Les utilisateurs de Twitter sont les premiers à savoir.

Se connecter

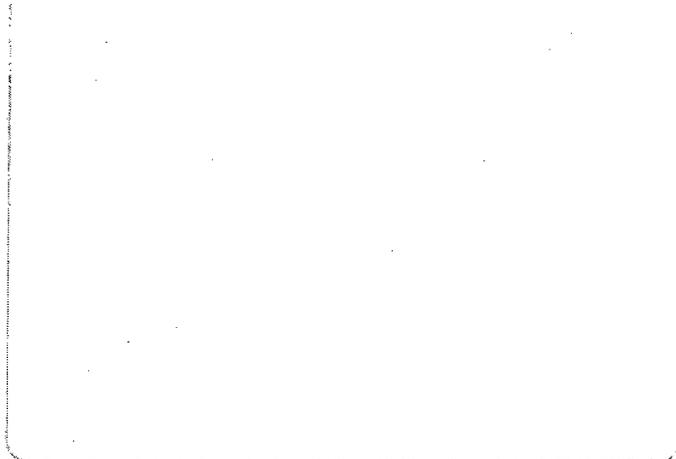
S'inscrire

En utilisant les services de Twitter, vous acceptez notre utilisation des cookies. Nos partenaires et nous-mêmes opérons mondialement et utilisons des cookies notamment à des fins de statistiques, de personnalisation et publicitaires.

Fermer



Recherche Twitter

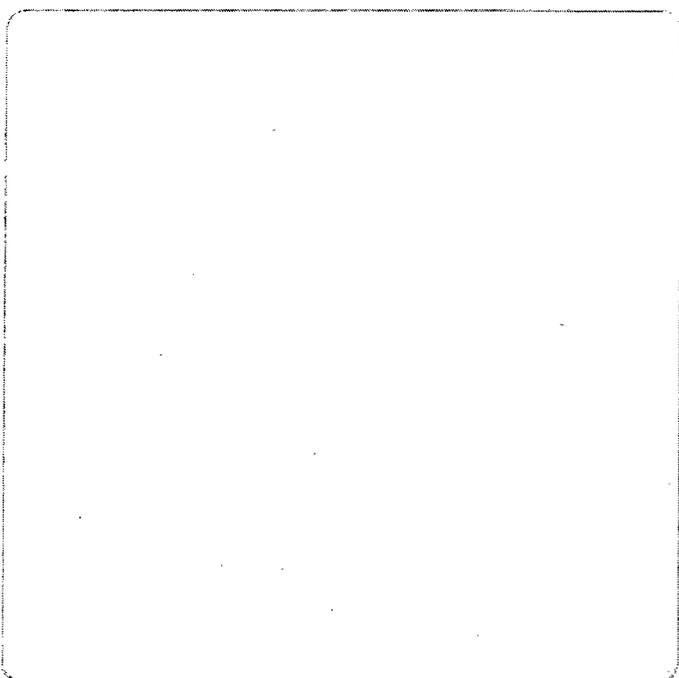


1 2 14

Afficher cette discussion

Grey Goose @GreyGoose · 28 mai

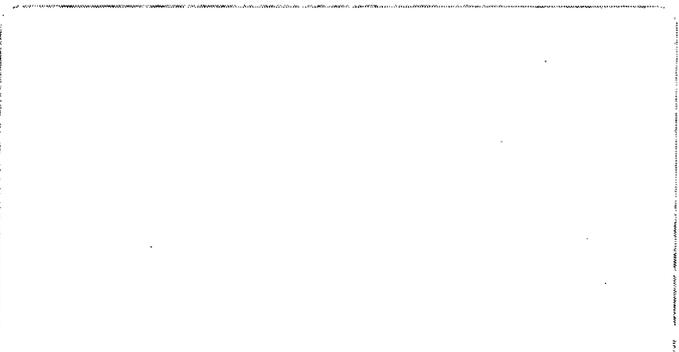
Pour yourself something smooth this #MemorialDay. Better yet, pour a friend one too. Tag who you'll be toasting with below.



4 20

Grey Goose @GreyGoose · 26 mai

Zesty, simple and delightfully peachy? YES, PLEASE. Drop a 🍑 in the replies if you're feeling this cocktail too.



Ne manquez pas ce qui se passe.

Les utilisateurs de Twitter sont les premiers à savoir.

[Se connecter](#)

[S'inscrire](#)

En utilisant les services de Twitter, vous acceptez notre [Utilisation des cookies](#). Nos partenaires et nous-mêmes opérons mondialement et utilisons des cookies, notamment à des fins de statistiques, de personnalisation et publicitaires.

[Fermer](#)



Recherche Twitter

2

5

20



Ne manquez pas ce qui se passe.
Les utilisateurs de Twitter sont les premiers à savoir.

[Se connecter](#)

[S'inscrire](#)

En utilisant les services de Twitter, vous acceptez notre [Utilisation des cookies](#). Nos partenaires et nous-même réponsions mondialement et utilisons des cookies, notamment à des fins de statistiques, de personnalisation et publicitaires.

[Fermer](#)



Recherche Twitter



Ne manquez pas ce qui se passe.

Les utilisateurs de Twitter sont les premiers à savoir.

[Se connecter](#)

[S'inscrire](#)

En utilisant les services de Twitter, vous acceptez notre [Utilisation des cookies](#). Nos partenaires et nous-mêmes opérons mondialement et utilisons des cookies, notamment à des fins de statistiques, de personnalisation et publicitaires.

[Fermer](#)



Recherche Twitter



Ne manquez pas ce qui se passe.
Les utilisateurs de Twitter sont les premiers à savoir.

[Se connecter](#)

[S'inscrire](#)

En utilisant les services de Twitter, vous acceptez notre [Utilisation des cookies](#). Nos partenaires et nous-même espérons mondialement et utilisons des cookies, notamment à des fins de statistiques, de personnalisation et publicitaires.

[Fermer](#)



Recherche Twitter



Ne manquez pas ce qui se passe.
Les utilisateurs de Twitter sont les premiers à savoir.

[Se connecter](#)

[S'inscrire](#)

En utilisant les services de Twitter, vous acceptez notre [Utilisation des cookies](#). Nos partenaires et nous-mêmes opérons mondialement et utilisons des cookies, notamment à des fins de statistiques, de personnalisation et publicitaires.

[Fermer](#)



 Recherche Twitter

Ne manquez pas ce qui se passe.

Les utilisateurs de Twitter sont les premiers à savoir.

[Se connecter](#)

[S'inscrire](#)

En utilisant les services de Twitter, vous acceptez notre [Utilisation des cookies](#). Nos partenaires et nous-mêmes opérons mondialement et utilisons des cookies, notamment à des fins de statistiques, de personnalisation et publicitaires.

[Fermer](#)



Recherche Twitter



Ne manquez pas ce qui se passe.

Les utilisateurs de Twitter sont les premiers à savoir.

[Se connecter](#)

[S'inscrire](#)

En utilisant les services de Twitter, vous acceptez notre [Utilisation des cookies](#). Nos partenaires et nous-mêmes opérons mondialement et utilisons des cookies, notamment à des fins de statistiques, de personnalisation et publicitaires.

[Fermer](#)



IR LES LIENS DE NAVIGATION



Accueil



Explorer



Abonnements



Bibliothèque

Click to Subscribe



Grey Goose Vodka

29,2 k abonnés

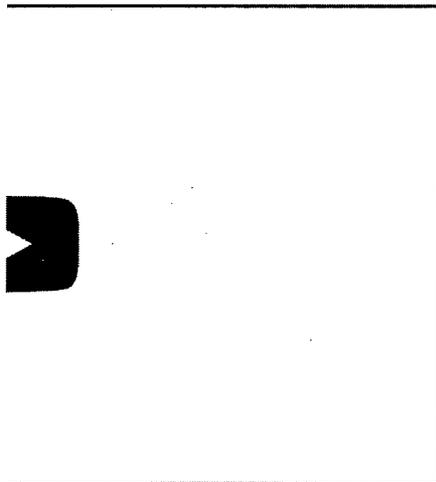
S'ABONNER

PLAYLISTS

COMMUNAUTÉ

CHAÎNES

À PROPOS



Grey Goose Vodka

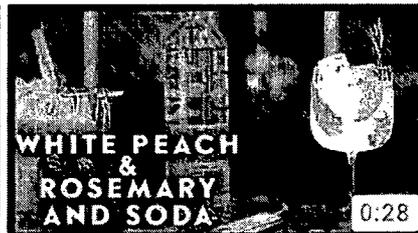
ey Goose Vodka

TOUT REGARDER



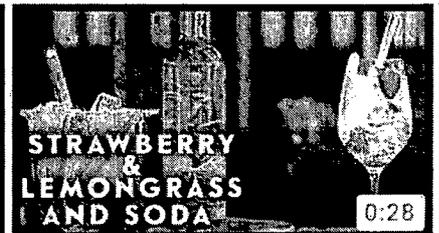
The Perfect Aperitif 3 Ways | Grey Goose Vodka

Grey Goose Vodka
471 vues • il y a 2 semaines



Grey Goose Essences | Easy White Peach & Rosemary a...

Grey Goose Vodka
875 vues • il y a 2 mois



Grey Goose Essences | Fresh Strawberry & Lemongrass...

Grey Goose Vodka
1,1 k vues • il y a 2 mois



LES LIENS DE NAVIGATION



Accueil



Explorer



Abonnements



Bibliothèque

Click to Subscribe



Grey Goose Vodka

29,2 k abonnés

S'ABONNER

PLAYLISTS

COMMUNAUTÉ

CHAÎNES

À PROPOS



Grey Goose Vodka
875 vues • il y a 2 mois

Grey Goose Vodka
959 vues • il y a 2 mois

Grey Goose Vodka
876 vues • il y a 2 mois

ils | Grey Goose Vodka

TOUT REGARDER

se simple summer cocktail recipes!

How-To: Grey Goose Bloody Mary

Grey Goose Vodka
168 k vues • il y a 2 ans

Grey Goose Essences | Fresh Strawberry & Lemongrass...

Grey Goose Vodka
1,1 k vues • il y a 2 mois

3 Tropical Cocktail Recipes to Make at Home | Grey Goose...

Grey Goose Vodka
25 k vues • il y a 6 mois

Sous-titres

ie | Grey Goose Vodka

TOUT REGARDER

me with these simple martini recipes featuring Grey Goose
Goose Vodka: Visit our Website: <https://www.greygoose.com>

Martini Recipe 2 Ways: Dry Martini & Dirty Martini | Gre...

Grey Goose Vodka
28 k vues • il y a 6 mois

Sous-titres

Simple Espresso Martini Recipe | Grey Goose Vodka

Grey Goose Vodka
69 k vues • il y a 2 ans

Dirty Martini: GREY GOOSE Vodka Cocktail

Grey Goose Vodka
387 k vues • il y a 7 ans

Sous-titres



IR LES LIENS DE NAVIGATION



Accueil



Explorer



Abonnements



Bibliothèque

Click to Subscribe



Grey Goose Vodka

29,2 k abonnés

S'ABONNER

PLAYLISTS

COMMUNAUTÉ

CHAÎNES

À PROPOS



Sous-titres

Sous-titres

Sous-titres

10

12

5

OFF SCRIPT with Jamie Foxx | A Grey Goose Production

Grey Goose Vodka

AFFICHER LA PLAYLIST COMPLÈTE

Cocktails to Make at Home | Grey Goose House Pour

Grey Goose Vodka

Mise à jour il y a 5 jours

AFFICHER LA PLAYLIST COMPLÈTE

Shaken or Stirred or However | Grey Goose Vodka

Grey Goose Vodka

AFFICHER LA PLAYLIST COMPLÈTE

| **A Grey Goose Production** ▶ TOUT REGARDER

ggest stars to talk about the iconic moments in film that shaped
Goose Vodka responsibly. Do not forward this to anyone under

OFF SCRIPT a Grey Goose Production | Jamie Foxx &...

Grey Goose Vodka
61 k vues • il y a 3 ans

Sous-titres

OFF SCRIPT a Grey Goose Production | Jamie Foxx &...

Grey Goose Vodka
119 k vues • il y a 2 ans

Sous-titres

OFF SCRIPT a Grey Goose Production | Jamie Foxx &...

Grey Goose Vodka
44 k vues • il y a 3 ans

Sous-titres



LES LIENS DE NAVIGATION



Accueil



Explorer



Abonnements



Bibliothèque

Click to Subscribe



Grey Goose Vodka

29,2 k abonnés

S'ABONNER

PLAYLISTS

COMMUNAUTÉ

CHAÎNES

À PROPOS



Vodka

4

1

Grey Goose Live Victoriously Events 2019

Grey Goose Vodka

[AFFICHER LA PLAYLIST COMPLÈTE](#)

Give Victoriously | Grey Goose Vodka

Grey Goose Vodka

[AFFICHER LA PLAYLIST COMPLÈTE](#)

Patrón Tequila

5,59 k abonnés

S'ABONNER



Accueil



Explorer



Abonnements



Bibliothèque

Click to Subscribe



Grey Goose Vodka

29,2 k abonnés

S'ABONNER

PLAYLISTS

COMMUNAUTÉ

CHAÎNES

À PROPOS





rayons **Comptoirs alimentaires**

Listes



Panier

Pain, jeux-vidéo, ...

**Drive ou
Livraison****Vodka GREY GOOSE****la bouteille de 70cl**

70cl

Vodka



Description

Grey Goose L'Originale se caractérise notamment par la qualité de son ingrédient principal : un blé produit en France et spécialement sélectionné. Elle bénéficie également d'une distillation en cinq étapes continues qui optimise largement ses qualités organoleptiques. Pour laisser pleinement s'exprimer son goût, Grey Goose L'Originale est finalement additionnée d'eau de source naturelle de Gensac-La-pallue.

Nos clients ont également acheté

Resin

35,40€

50.57 € / Litre

ACHETER



rayons **Conserves alimentaires**

Listes Panier

Pain, jeux-vidéo, ...

Drive ou
Livraison

Ingrédients / Composition

Taux alcool
40% vol.

Traçabilité

Vous pourriez aussi aimer

| | | | | |
|---------------|---|---------------|---|---------------|
| | Vodka BELVEDERE la bouteille de 70cL 55.36 € / Litre | | Vodka ABSOLUT la bouteille de 50cL 25.08 € / Litre | |
| 70cL | | 50cL | | 100cL |
| 38,75€ | | 12,54€ | | 17,69€ |

Avantages et allégations

35,40€
50.57 € / Litre

Besoin

ACHETER

rayons **Comptoirs alimentaires**Listes **Panier**

Pain, jeux-vidéo, ...

**Drive ou
Livraison**

l'exception.

Conseils & Infos conso

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. Vendre ou offrir à des mineurs de moins de dix-huit (18) ans des boissons alcoolisées est interdit. Déconseillé aux femmes enceintes

Contact exploitant / Service consommateur

Service consommateur : Bacardi Martini France - Alice Thomas Pleyad 4 - 64-68 rue Pleyel 93200 Saint Denis . Service exploitant : Bacardi Martini France Pleyad 4 - 64-68 rue Pleyel 93200 Saint Denis

Caractéristiques produit**Déconseillé aux femmes enceintes**

Ce produit est déconseillé aux femmes enceintes. Il peut contenir de l'alcool, des produits crus (viandes, poissons, fruits de mer...).



Suivez-nous :

Aide et Service Client

Vous rencontrez des difficultés sur notre site ou avec un service Carrefour ?

ACCÉDER À L'AIDE

Besoin

ACHETER**35,40€**

50.57 € / Litre

rayons **Comptoirs alimentaires**

Listes Panier

Pain, jeux-vidéo, ...

**Drive ou
Livraison**

| | |
|---------------------|--------------------|
| Prévention Covid-19 | Playmobil |
| Mobilier de Jardin | Karcher |
| Salons de Jardin | Ouverture Aurillac |
| PlayStation 5 | |

NOS SERVICES

| | |
|-------------------|----------------------|
| Carrefour Drive | Livraison à Domicile |
| Drive Piéton | Livraison Express |
| Traiteur en ligne | Carte de Fidélité |
| Carte PASS | Fioul Domestique |
| Tous les services | |

NOS ENSEIGNES

| | |
|----------------------|-------------------|
| Hypermarchés | Carrefour Market |
| Carrefour City | Carrefour Express |
| Carrefour Contact | Carrefour Bio |
| Carrefour Montagne | Bon app' |
| Toutes les enseignes | |

NOS OFFRES

| | | |
|---------------------------|----------------------|--------|
| Accès malentendants | Jeux Concours | |
| Campagnes TV | Contacteur Carrefour | |
| Filière Qualité Carrefour | Carrefour Baby | Besoin |

35,40€

50.57 € / Litre

ACHETER

rayons ~~Comptes~~ ~~aliments~~ alimentaires

Listes Panier

Pain, jeux-vidéo, ...

**Drive ou
Livraison**

Besoin

ACHETER

35,40€

50.57 € / Litre





[Accueil](#) > **Grey Goose Vodka**



Grey Goose Vodka

Vodka - Vodka de céréale

Soyez le premier à commenter ce produit



Région
France



Couleur
Incolore

36,39 €

<https://www.lidl-vins.fr/grey-goose-vodka-5610389.html>

Cooperatives - Co-ops



0.70 L Prix au litre : 51.99-€/L

1

AJOUTER AU PANIER 36 POINTS DE FIDÉLITÉ**♥ AJOUTER À MA LISTE D'ENVIES**

En stock

Caractéristiques

**Degrés d'alcool**

40 % Vol.

**Packaging**

Sans Étui

**Age**

Sans mention d'âge

**Arôme**

Frais, Equilibré

Dégustation

Créée à partir de blé français, elle possède des parfums de bouquet floral rehaussés de notes d'agrumes subtiles, et révèle en bouche des notes de prunes vertes et d'anis. Note finale audacieuse et caramélisée.

Confidentialité - Conditions

Idée de cocktail

Cocktail Pamp' Vodka

DÉCOUVRIR LA RECETTE

Description

Grey Goose est née d'une volonté de créer une vodka française unique en son genre. Cette vodka est l'essence des meilleurs ingrédients français : du blé tendre d'hiver de Picardie et des environs ainsi que de l'eau de source pure de Gensac dans la région de Cognac, cultivée et capturée de champ à bouteille dans un processus exclusif conçu et contrôlé par les compétences et l'engagement extraordinaires de François Thibault, maître de cave.

Seuls les utilisateurs sauvegardés peuvent soumettre leur avis. Veuillez [vous connecter](#) ou [créer un compte](#)

VOUS AIMEREZ AUSSI



Incolore



Pologne



Incolore



Russie



Inc

33,99 €

Prix au litre : 48.56 €/L

VOIR LE PRODUIT

39,99 €

Prix au litre : 57.13 €/L

VOIR LE PRODUIT



Stockage tempéré



Transport sécurisé



Emballage renforcé



Paiement sécurisé

PLAN DU SITE

[Qui sommes-nous ?](#)

[Foire aux Vins](#)

[Champagnes](#)

[Bières](#)

[Blog](#)

[Vins](#)

[Bio](#)

[Spiritueux](#)

[Accessoires](#)

Confidentialité - Conditions

INFORMATIONS[Mentions légales](#)[Déclaration relatives aux Cookies](#)[CGV](#)[Foire aux questions](#)[Compliance](#)[Protections des données](#)[Modifiez votre consentement](#)[CGU programme de Fidélité Lidl Vins](#)[Conditions des offres en cours](#)**TRANSPORT**[Suivi DPD](#)[Tarifs de livraison](#)[FAQ Livraison - Spécial Coronavirus](#)[Suivi Mondial Relay](#)[Retour marchandise](#)**CONTACT**[Tel.: 0800 900 343](#)[Nous contacter](#)

✉ Saisissez votre email
 Du lundi au samedi de 9h30 à 19h30
 Service et appel gratuits

INSCRIPTION**L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. A CONSOMMER AVEC MODÉRATION.****Interdiction de vente de boissons alcooliques aux mineurs de moins de 18 ans**

La preuve de majorité de l'acheteur est exigée au moment de la vente en ligne

CODE DE LA SANTE PUBLIQUE, ART. L. 3342-1 ET L. 3353-2

Confidentialité - Conditions



[Nos engagements](#)

[Emplois](#)

[Immobilier](#)

[Découvrir Lidl](#)





Rechercher un article ...



Accueil > Vin, champagne, alcool > Alcools, liqueurs, spiritueux > Vodka > GREY GOOSE Vodka original 40%



Toucher pour zoomer

GREY GOOSE Vodka original 40%

Vodka

★ ★ ★ ★ ★ (1)

Réf: C916296 / 5010677850100

Description détaillée

36,90 €

Bouteille / 70cl

Prix / litre : 52,71 €

Prix non applicable en magasin

✓ Livraison en magasin estimée le 16/06/2021
Offert

Voir tous les modes de livraison >

Quantité



1



Ajouter au panier

Vendu et expédié par Auchan



Garantie



Publicité

Description

Cette vodka Grey Goose Original fut créée dans la région de Cognac en 1997, elle est aujourd'hui reconnue à l'international.



Caractéristiques



Avis clients

★ ★ ★ ★ ★ (1)



Publicité

Livraison gratuite



Retour



Nos clients ayant acheté ce produit ont aussi vu



Vodka Originale Grey Goose
40° 175CL

Vendu par Auchan

94,90 €

CIROC 70cl Vodka Aromatisée
Ciroc Peach 37.5%

Vendu par Auchan

39,90 €

BALLANTINES Scotch whisky
écossais blended 40%

Vendu par Auchan

41,90 €

ABSOLUT V
42,3%

Vendu par Au

46,90 €

Publicité

Haut de page 



Inscription newsletter
Avant-première, promo, actu...



Livraison gratuite
en magasin



Retrait 1H
électro. hightech



Solutions
de financement



Carte de fidélité
gratuite



Retour gratuit
en magasin & point relais



Service client
03 5930 5930

Appel non surtaxé



Nous contacter



Nos applications



Trouver un magasin

A propos d'Auchan

[Emploi](#) [Groupe Auchan](#) [Tous nos sites](#) [Qui sommes-nous ?](#) [Plan du site](#) [Espace presse](#) [Auchan & Moi](#) [DéfiWaaoh](#)

Informations légales

[* Conditions et codes de réduction](#) [Gagnants Jeu Auchan.fr](#) [Conditions générales de ventes](#) [Données personnelles](#) [Mentions légales](#)

[Infos Marketplace](#) [Sécurité domestique](#) [Consigne Bouteille Gaz](#) [Rappel qualité](#) [Réglementation Triman](#)

[Informations pièces détachées](#) [Avis clients](#) [Gestion des cookies](#)



Interdiction de vente de boissons alcooliques aux mineurs de moins de 18 ans

La preuve de majorité de l'acheteur est exigée au moment de la vente en ligne.

CODE DE LA SANTÉ PUBLIQUE : ART. L. 3342-1, L.3342-3

Spécial fête des pères - Livraison Offerte dès 49€ d'achat
Du 09/06/2021 au 16/06/2021 avec Chronopost en France Métropolitaine

TROUVEZ UN CAVISTE TROUVEZ UN BAR BOUTIQUES VENDRE UNE BOUTEILLE ACADEMIES, CADEAUX D'ENTREPRISE CORPORATE ACCES PRO

MENU Rechercher

Bonjour
Compte

Mon panier
0 article

CONSEILS & NOUVEAUTES

WHISKIES D'ECOSSE

WHISKIES DU MONDE

RHUM, RON, RUM

AUTRES SPIRITUEUX

BIERES, SAKES & COCKTAILS

RARETE & PRESTIGE

FETE DES PERES

Accueil / GREY GOOSE

FILTRES PAR

DERNIERS ARRIVAGES

GREY GOOSE

Grey Goose est une vodka française issue d'une sélection d'ingrédients de très bonne qualité. Le blé tendre d'hiver du grenier à blé de Picardie et l'eau de source naturellement filtrée de Gensac, dans la région de Cognac associés à un procédé d'élaboration unique permettent de tirer le meilleur des propriétés naturellement supérieures de ces ingrédients. Le maître de chai ... [Lire plus](#)



TORMORE 26 ans
1994 G&M
Single Malt Whisky,
Ecosse / Speyside, 70cl,
57,7%



GLENBURGIE 24 ans
1996 G&M
Single Malt Whisky,
Ecosse / Speyside, 70cl,
55,3%



BENRIACH 21 ans
1999 G&M
Single Malt Whisky,
Ecosse / Speyside, 70cl,
58,5%



TOMINTOUL 24 ans
1995 S.V
Single Malt Whisky,
Ecosse / Speyside, 70cl,
52,1%



DEANSTON 11 ans
2008 S.V
Single Malt Whisky,
Ecosse / Highlands, 70cl,
66,7%

> Voir tous les derniers arrivages

M'informez de tout retour en stock sur cette catégorie ▶

Adresse email

S'inscrire

14 articles Trier



Afficher 21



GREY GOOSE La Vanille 40%

Vodka Aromatisée, France / Poitou-
charentes
★★★★★
47,00 €
En stock



GREY GOOSE L'Orange 40%

Vodka Aromatisée, France / Poitou-
charentes
★★★★★
47,00 €
En stock



GREY GOOSE Le Citron 40%

Vodka Aromatisée, France / Poitou-
charentes
47,00 €
En stock



GREY GOOSE Original 40%



GREY GOOSE Vodka 40%



BESOIN D'UN CONSEIL ?
Discutez avec
les autres visiteurs du site
GREY GOOSE VODKA 40%

Posez votre question

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTE. A CONSOMMER AVEC MODERATION

Vodka De Cereale, France / Poitou-
charentes

45,00 €

En stock

Vodka De Cereale, France / Poitou-
charentes

272,00 €

En stock

Vodka De Cereale, France / Poitou-
charentes

★★★★★

122,00 €

En stock



ARCHIVE



GREY GOOSE Vodka 40%

Vodka De Cereale, France / Poitou-
charentes

399,00 €

En stock

GREY GOOSE Original 40%

Vodka De Cereale, France / Poitou-
charentes

★★★★★

45,00 €

Rupture définitive

GREY GOOSE Coffret Stirrers
Coffrets Cadeaux 40%

Vodka De Cereale, France

[Voir les détails](#)

ARCHIVE



ARCHIVE

GREY GOOSE Alain
Ducasse 40%Vodka De Cereale, France / Poitou-
charentes

★★★★★

[Voir les détails](#)GREY GOOSE Original Coffret
Noël 40%Vodka De Cereale, France / Poitou-
charentes[Voir les détails](#)

GREY GOOSE VX 40%

Autres Vodka, France / Poitou-
charentes

★★★★★

115,00 €

Bientôt disponible



GREY GOOSE Cherry Noir 40%

Vodka Aromatisée, France / Poitou-
charentes

72,00 €

Rupture définitive

GREY GOOSE Le Melon 40%

Vodka Aromatisée, France / Poitou-
charentes

72,00 €

Rupture définitive

14 articles Trier



Afficher 21

LE PLUS GRAND CHOIX

+4 000 références
650 marques

LIVRAISON OFFERTE

dès 130€ d'achats
en France métropolitaine

EMBALLAGE SÉCURISÉ

carton protection, colis discret
Assurance sous conditions

CAVISTES PARTENAIRES

Retrouvez le meilleur de whisky.fr



BESOIN D'UN CONSEIL ?

Discutez avec
les autres visiteurs du site

Posez votre question



À PROPOS

Maison du whisky

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

Cadeaux d'entreprise

Condition de livraison

Paiement sécurisé

CGV

Recrutement

PAIEMENT SÉCURISÉ



SERVICE CLIENT

09 70 83 03 60

(prix d'un appel local)

Du lundi au vendredi de 9h à 19h et le samedi de 10h à 19h

Nous contacter

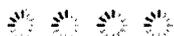
Suivi de commande

FAQ

INSCRIPTION NEWSLETTER

| | |
|---------------------|----|
| Votre adresse email | OK |
|---------------------|----|

Avantages, offres et nouveautés en avant-première





BESOIN D'UN CONSEIL ?
Discutez avec les autres visiteurs du site

Posez votre question







Qu'est-ce qui vous ferait plaisir ?

Cdiscount
à volontéMon compte
Identifiez-vousPanier
0 article

Tous nos rayons



Voyages



Mes Courses



Electricité



Forfait Mobile

La Cave | Vins - Grands Crus | Champagnes & autres bulles | Alcools | Bières & Cidres | La cave sans alcool

< Retour aux offres | Accueil > Vins Alcools > Vodka > Toute l'offre vodka



Vodka 70 cl Grey Goose

5 avis -

Posez une question sur ce produit -

Plus que 1h 44min 47sec pour être
livré demain~~52,89 €~~ **44 €⁰⁰**
16% d'économie

ou payez en 4x

11 €²⁶

aujourd'hui

11,25€

dans 1 mois

11,25€

dans 2 mois

11,25€

dans 3 mois

Quantité: 1 ±

Ajouter au panier

Autres vendeurs sur Cdiscount

6 neufs
Classement

Le choix de nos partenaires

Lot de 6 - Ciroc Snap Frost - 6x70cl -
Vodka**179,40€**

Sponsorisé.

Vendu et expédié par Cdiscount - Produit Cdiscount à volonté

En stock !

Produit Made in France

Les points forts :

- Vodka premium
- Distillerie : Grey Goose
- Pays d'origine : France
- Conseils de service : En cocktail

Présentation produit | Descriptif détaillé

Livraison à Paris :

Livraison gratuite ⁽¹⁾

Expédié depuis nos entrepôts régionaux français

Livré chez vous dès demain

Livré en point retrait dès demain

Profitez des avantages de notre carte Cdiscount :

Réglez en 3, 5 ou 10 fois

Retrouvez également ce produit sur CdiscountPro

GREY GOOSE
VODKA



Qu'est-ce qui vous ferait plaisir ?

Cdiscount
à volontéMon compte
identifiez-vousPat
Cart

PUBLICITÉ

Les clients CDISCOUNT ont également apprécié



Vodka Eristoff Black - Vodka premium - 18%vol - 70cl

(3)

Vodka Eristoff Black - Vodka premium - 18%vol - 70cl

10€99

Ajouter



Beluga Allure vodka

Cette vodka Beluga Allure a été créée en l'honneur de la réussite de l'équipe internationale russe de polo. ...

97€00

Ajouter



RUSSIAN STANDARD 70cl

(4)

- Vodka premium
- Pays d'origine : Russie
- Région : Saint Petersburg

18€61

Ajouter

Vodk
MontVodka de Mc
Raisin de l'H
Distillé 5 ...

29€00

Offre spéciale sur ce produit

Produit Made in France

Haut de page ▲

Produits sponsorisés



Vodka Ciroc Magnum 1.75 litre

(1)

- Pays d'origine : France
- Conseils de service : En cocktail

108€99 ~~123,62€~~
14€ d'économie

Ajouter



CIROC Pineapple 37.5%

(2)

- Vodka
- Pays d'origine : France

42€15

Ajouter



Ciroc "Snap Frost" - Vodka Française - 40%vol - 70cl

(5)

- Vodka ultra premium
- Pays d'origine : France
- Région : Cognac

39€83

Ajouter



VODI

- Vodka arc
- Distillerie
- Pays d'or

41€55

Sponsorisé

Cdiscount
OccasionLa solution toute neuve
pour acheter et vendre des objets
d'occasion entre particuliers

Je découvre >

Besoin d'aide ? Un spécialiste répond à toutes vos questions

Cdiscount

Tous les jours de 9h à 21h

3979

Service 0,70 € / min
+ prix appel



Qu'est-ce qui vous ferait plaisir ?

Cdiscount
à volontéMon compte
Identifiez-vousPanier
0 article

Présentation produit : Vodka 70 cl Grey Goose

Haut de page ▲

Grey Goose Vodka / Recette Cocktail

Produit Made in France Vodka Premium - France - 70cl - Grey Goose est une vodka d'excellence 100% française, élaborée en Charente dans le respect des traditions régionales et d'un savoir-faire unique. L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération.

Informations générales sur le produit

PUBLICITÉ

| | |
|-----------------|------------------------|
| Nom du produit | Vodka 70 cl Grey Goose |
| Catégorie | VODKA |
| Général | |
| Type de vodka | Vodka premium |
| Taux d'alcool | 40,0 % Vol. |
| Marque | GREY GOOSE |
| Goût - Alcool | Epicé |
| Type de produit | Vodka |
| Contenance | 70 cl |
| Prix dégressifs | x1 |
| Cuvée | Grey Goose |

Coffret - Assortiment

| | |
|----------------------------------|------------------|
| Détails sur les caractéristiques | Grey Goose Vodka |
|----------------------------------|------------------|

Provenance

| | |
|----------------|------------|
| Distillerie | Grey Goose |
| Pays d'origine | France |

Fabrication

| | |
|-------------|--|
| Elaboration | En Charente dans le respect des traditions régionales et d'un savoir-faire unique. |
|-------------|--|

Notes et conseils de dégustation

| | |
|---------------------|-------------|
| Conseils de service | En cocktail |
|---------------------|-------------|

Caractéristiques du produit

| | |
|--------------------|---|
| Conditionnement | Bouteille |
| Conditions d'envoi | Carton renforcé |
| Mentions légales | L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération. |

Produits sponsorisés



Vodka Ciroc Magnum 1.75 litre

(1)

- Pays d'origine : France
- Conseils de service : En cocktail

108^{€99} 123,62€
14€ d'économie

Ajouter

CÎROC Pineapple 37,5%

(2)

- Vodka
- Pays d'origine : France

42^{€15}

Ajouter

Ciroc "Snap Frost" - Vodka Française - 40%vol - 70cl

(5)

- Vodka ultra premium
- Pays d'origine : France
- Région : Cognac

39^{€83}

Ajouter

VODI

- Vodka art
- Distillerie
- Pays d'ori

41^{€55}

Sponsorisé



Qu'est-ce qui vous ferait plaisir ?

Cdiscount
à volontéMon compte
Identifiez-vousPar
Carte

5

5 avis publiés

Donnez votre avis !

Fruité
 Puissance
 Longueur en bouche

Répartition des notés (Cliquez pour filtrer)

5

Les avis sont modérés par notre
prestataire BazaarVoice[Voir les CGU des avis clients](#)**très bonne**

Achat vérifié

très bonne vodka, le prix est correcte, elle n'arrache pas la bouche, et laisse un arrière gout agréable après.

thor29100 - 21/11/2019, testé le 21/11/2019 Signaler

Cet avis est-il utile ? Oui (0) Non (0)

Découverte

C'est mon fils qui m'a fait découvrir cette vodka, j'en avais déjà entendu parlé, mais jamais testé. Enfin une vodka qui ne donne pas mal à la tête le lendemain ! Je recommande.

Richard - 22/10/2018, testé le 19/10/2018 Signaler

Cet avis est-il utile ? Oui (1) Non (0)

Grey Goose Vodka 70 cl

Achat vérifié

Grey Goose Vodka 70 très satisfait à mon achat

kharbach - 21/03/2017 Signaler

Cet avis est-il utile ? Oui (0) Non (3)

Le savoir faire français !

Excellent produits de qualité livraison très rapide avec TNT-express . Produits pas cher par rapport au grande surface . Les meilleurs prix sont sur cdiscount je recommande

- 23/05/2015 Signaler

Cet avis est-il utile ? Oui (0) Non (3)

magnifique bouteille et bon produit

Achat vérifié

Parfait pour un cadeau car la bouteille est vraiment belle, produit à déguster pur, n'étant pas une grosse buveuse je le bois dans un verre à shot, produit puissant.

- 22/05/2015 Signaler

Cet avis est-il utile ? Oui (0) Non (0)

La Communauté Cdiscount répond à vos questions :

Haut de page ▲

Soyez le premier à poser une question

Vous pouvez demander par exemple :

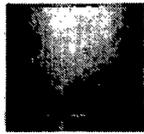
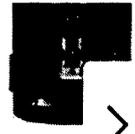
- Ce produit convient-il à un usage régulier ?
- Est-ce que ce produit est facile à utiliser ?
- Quelles sont les dimensions de ce produit ?

PUBLICITÉ

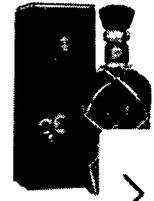
Inspiré de vos visites :

C

Qu'est-ce qui vous ferait plaisir ?

Cdiscount
à volontéMon compte
Identifiez-vousPanier
0 articlesLave-vaisselle pose libre
WHIRLPOOL OWFC3C26X - 14.
(3414)**399€⁹⁹** ~~424,83€~~
24€ d'économieCONTINENTAL EDISON
CEFC262DS - Réfrigérateur
(1014)**308€⁹⁹**BRANDT BXP5560X - Four
électrique encastrable
(680)**349€⁹⁹** ~~499,99€~~
150€ d'économieSAMSUNG RS50N3403SA -
Réfrigérateur américain - 501 L
(98)**849€⁹⁹** ~~1047,69€~~
197€ d'économieKRUPS YY8135FI
café automatique avec br
(223)**350€⁰⁰** ~~559,99€~~
209€ d'économie

Recommandé avec ce produit :

Whisky Ballantine's Finest -
Blended whisky - Ecosse -
(18)**17€⁴⁰**Zacapa centenario Solera 23 70cl
(8)**64€⁸¹**Liqueur Get 27 - Liqueur de
menthe - France - 21%vol - 70cl
(6)**14€⁷⁷** ~~45,97€~~
7% d'économieEau de Vie de Mirabelle -
Gisselbrecht
(3)**30€⁵⁹**Plantation XO 20th
rhum
(16)**60€⁵⁰**

Produits Similaires Meilleures ventes

Produits similaires au Vodka 70 cl Grey Goose

Vodka 70 cl Absolut

Bouteille de vodka Absolut 40°- 70cl origine Suede

Vodka poliako 20 cl Poliakov

Flasque - 37,5° - 20cl

Vodka 70 cl Eristoff

Vodka 70 cl Eristoff

Vodka premium 70 cl Poliakov

POLIAKOV Vodka 37,5 % - 70 cl

DECISION VODKA PREMIUM 0.70L

DECISION VODKA PREMIUM 0.70L. Vente interdite aux mineurs.
L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec
modération.

MOTORHEAD VODKA 0,70L

La Vodka Motörhead est tellement pure, qu'elle peut être
consommée avec n'importe quel diluant ou sans adjuvant ! C'est une
vodka Premium composée à 100% de blé cultivé à Sörmland en
Suède. Son goût est riche et complexe, et ses arômes doux et rond en bouche.

Top catégories

Ciroc Grey goose Vodka belvedere Alcool vodka Fair vodka Vodka 100 Service a vodka Vodka grey Finlandia Vodka finlandia Produits régionaux Grey goose vodka

Mentions légales

(3) Offre valable pour toute 1ère commande d'un produit de l'univers Vin et alcool. Code valable pour l'achat d'un produit de l'univers Vin et alcool dans la limite d'un seul code par compte client, non cumulable avec toute offre promotionnelle en cours

Un produit à recycler ? Découvrez les points de collectes près de chez vous

(1) En application de la loi du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, vous disposez des droits d'opposition, d'accès et de rectification des données vous concernant. Vous pouvez exercer ces droits par courrier postal adressé à : Cdiscount.com / SGPN - Service Clients désabonnements - BP 90200 - 93472 Neuilly Sur Mame. Vous pouvez vous désabonner ou modifier vos abonnements aux newsletters de Cdiscount en vous rendant directement sur vos pages personnalisées de l'Espace Clients et en cliquant sur le lien « Mes newsletters » ou encore par courrier postal à l'adresse susmentionnée. Les demandes de désabonnement présentées à Cdiscount seront prises en compte dans un délai maximum de 24 heures, sauf pour les demandes transmises par courrier postal, qui requièrent un délai de 8 jours.;

Bonnes Affaires

PUBLICITÉ

Achat Grey Goose Vodka 70 cl à prix discount

Cap sur les bonnes affaires avec le rayon vins et champagne Cdiscount ! Il est grand temps de se faire plaisir ! Pour arriver ici, rien de plus simple, les internautes amateurs de grands vins et champagnes à prix réduits ont recherché par exemple Vodka 70 cl Grey Goose. Découvrez toute l'étendue de notre sélection vodka pas cher ! Grey Goose Vodka 70 cl à bas prix mais également une large offre vodka vous sont accessibles à prix moins cher sur Cdiscount ! Cdiscount vous guide et vous permet de faire des économies sur votre achat de Vodka 70 cl Grey Goose comme pour tous vos achats Vodka...! Cdiscount ce sont aussi des promotions, réductions et ventes flash quotidiennes sur les meilleures ventes et les coups de cœur des clients en Vins Alcools. Vous y trouverez sans peine votre bonheur ! Les dernières nouveautés et surtout les meilleurs prix sur vos articles préférés, voilà



Qu'est-ce qui vous ferait plaisir ?

Cdiscount
à volonté

Mon compte
Identifiez-vous

Par
0 an



PUBLICITÉ

▲ [Retour en haut de page](#)

Epicerie > Bières, vins et spiritueux > Spiritueux > Vodkas



Passez la souris sur l'image pour zoomer

Grey Goose Original, Vodka Premium Française, 70cl, 40%

Visiter la boutique Grey Goose

98

évaluations

Prix conseillé : ~~39,90 €~~ De quoi s'agit-il?Prix : **35,15 €**

(50,21 € / l)

GRATUIT livré en 1 jour

Économisez : 4,75 € (12 %)

Tous les prix incluent la TVA.

Peut être disponible à un prix inférieur auprès d'autres vendeurs, potentiellement sans livraison gratuite avec Prime.

Neufs (9) à partir de 35,15 €
GRATUIT livré en 1

jour

Marque : Grey Goose

Saveur : Original

Teneur en alcool : 40 Percent by Volume

Type : Vodka

d'alcool

Ingrédients : Vodka

Voir plus

À propos de cet article

- Grey Goose est une marque de vodka de France produite par la distillerie Brie-Champagne-Ethanol, en Seine-et-Marne, pour le compte de Bacardi. Cette vodka française a vu le jour en 1997 en Charente grâce au Maître de chai François Thibault. Originellement destinée au seul marché américain, elle est aujourd'hui dégustée aux quatre coins du monde. Son élaboration se fait à partir de meilleurs blés français en provenance de Picardie et de la Beauce et à partir

Une seule livraison

35,15 €

GRATUIT livré en 1

jour

Livraison GRATUITE :
demain

Expédié depuis : Amazon

Vendu par : Amazon

Prévoyez et Économisez

35,15 € (50,21 € / l)

Ayez toujours ce produit à disposition et économisez jusqu'à 15%.

- Aucun frais supplémentaire
- Annulation à tout moment

En savoir plus

Recevez-le vendredi, 11

juin

En stock.

Quantité : 1 ▾

Livraison tous les:

1 mois (Le plus souscrit) ▾

Activer maintenant

Livraisons automatiques vendues par Amazon.fr

Ajouter à votre liste

Neufs (9) à partir de

35,15 €

GRATUIT livré en 1

jour

Partager

Autres vendeurs sur Amazon

40,00 € (57,14 € / l) [Ajouter au panier](#)

l)

+ 7,20 € Livraison

Vendu par : LE VERRE CANAILLE

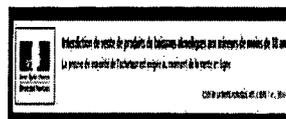


d'eau pure des sources de Gensac-la-Pallue (Charente) où est embouteillée la vodka Grey Goose. La Vodka Grey Goose est un spiritueux haut de gamme dont la qualité est contrôlée chaque jour par le Maître de chai François Thibault en personne.

- **DU BLE, DE L'EAU ET DES HOMMES** De la récolte jusqu'à la mise en bouteille, notre maître distillateur supervise tout un processus à la traçabilité garantie, qui ne laisse aucune place aux compromis. Pour exprimer la véritable essence des ingrédients et fabriquer une vodka à nulle autre pareille, il faut garder le contrôle de l'ensemble du processus, de A à Z.
- Dans chaque bouteille GREY GOOSE, on retrouve l'essence des meilleurs ingrédients français : du blé tendre d'hiver récolté en Picardie et dans les environs, associé à de l'eau de source de Gensac, dans la région de Cognac.
- Robe: Clair, cristalline. Nez: Delicat et floral. Palais: Douce et ronde. Final: Audacieuse et caramélisée.
- **LE FRENCH MULE** Frais, épicé et équilibré, ce classique est incontournable 4cl vodka Grey Goose 2cl jus de citron vert 2 traits angostura bitters 10cl Ginger Beer Refroidir le mug, enlever excédent d'eau, et mettre tous les ingrédients à l'intérieur. Mélanger pour homogénéiser le cocktail. Garnir d'un quartier de citron vert avec une tête de menthe.

Interdiction de vente de boissons alcooliques aux mineurs de moins de 18 ans - Code de la santé publique, Art. L.3342-1 et L.3353-3. L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération.

Attention :



Signaler des informations incorrectes sur les produits

Produits fréquemment achetés ensemble



Prix total: 109,89 €

[Ajouter ces trois articles au panier](#)

- Cet article** : Grey Goose Original, Vodka Premium Française, 70cl, 40% 35,15 € (50,21 €/l)
- Belvedere Vodka 70 cl 36,84 € (52,63 €/l)
- Ciroc Red Berry Vodka aux arômes naturels de Fruits rouges 70 cl 37,90 € (54,14 €/l)

Offres spéciales et liens associés

- [Amazon Business](#) Pour les professionnels : prix hors taxes, paiement à 30 jours et factures téléchargeables. [Créer un compte gratuit](#) !

Vous avez des questions ?

Trouvez des réponses dans les informations sur le produit, les questions/réponses et les avis

Saisissez votre question ou mot-clef

Informations sur le produit

Descriptif technique

| | |
|--------------------------------------|---|
| Teneur en alcool | 40 Percent by Volume |
| Allergènes | Sulfites |
| Récompense(s) | 93 Puntos Peñín |
| Marque | Grey Goose |
| Pays d'origine | France |
| Ingrédients | Vodka |
| Nombre d'article(s) dans l'emballage | 1 |
| Volume indicatif | 700 Millilitres |
| Poids du produit | 0.7 Kilogrammes |
| Volume liquide | 700 Millilitres |
| Fabricant | Grey Goose |
| Nombre d'article(s) dans l'emballage | 1 |
| Région de production | Bordeaux |
| Suggestion de préparation | Serve at room temperature. |
| Ingrédients spéciaux | Contient des sulfites |
| Spécialité | Cultivé_à_l'ombre |
| Conditions de conservation | A stocker de préférence dans un endroit frais et sombre. |
| Format | Bouteille |
| Millésime | NV |
| Cépage(s) | Blé tendre d'hiver de Picardie, eau des sources de Gensac-la- |

Informations complémentaires

| | |
|---|--|
| ASIN | B003TJM57K |
| Moyenne des commentaires client | 98 évaluations 4,6 sur 5 étoiles |
| Classement des meilleures ventes d'Amazon | 1,389 en Epicerie (Voir les 100 premiers en Epicerie) 2 en Vodkas |
| Date de mise en ligne sur Amazon.fr | 25 novembre 2012 |

Votre avis

[Voulez-vous nous parler de prix plus bas?](#)



Pallue.

| | |
|-----------------------------------|----------------------------------|
| Numéro du modèle de l'article | 8505091 |
| Alcohol Type | Vodka |
| Unités | 700 millilitre |
| Dimensions du produit (L x l x h) | 7.8 x 6.9 x 33.3 cm; 700 grammes |

Produits liés à cet article

Sponsorisé



Grey Goose Original
Vodka Premium 100cl
563
33,90 € (33,90 €/unité)



Gran Patron Burdeos,
Tequila Añejo Premium,
70cl, 40%
485,00 €
(485,00 €/Einzelflasche)



ARÔME VODKA
1
2,10 € (2,10 €/unité)



Darnley's Gin | Gin
artisanal écossais -
Original 40%, 70cl
83
38,00 € (38,00 €/unité)



Larios 12 Gin Premium
Méditerranéen, 40% -
70cl
1 305
19,29 € (19,29 €/)

Les clients ayant consulté cet article ont également regardé



Grey Goose Original
Vodka Premium 100cl
563
52,00 € (52,00 €/unité)
Livraison en 1 jour
ouvré GRATUITE



Belvedere Vodka 70 cl
49
36,84 € (52,63 €/l)
Livraison GRATUITE



Absolut Vodka Citron 70
cl
3817
21,97 € (21,97 €/Unité)
Livraison GRATUITE



Cîroc Red Berry Vodka
aux arômes naturels de
Fruits rouges 70 cl
332
37,90 € (54,14 €/l)
Livraison en 1 jour
ouvré GRATUITE



Cîroc ultra premium
vodka 70cl
88
36,90 € (52,71 €/l)
Livraison GRATUITE

Informations importantes

Informations de sécurité

Vente interdite aux mineurs. L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération

Ingrédients

Vodka

Description du produit

Description du produit

LES MEILLEURS INGRÉDIENTS FRANÇAIS GREY GOOSE® est le résultat d'une détermination absolue à créer une vodka française à nulle autre pareille. Dans chaque bouteille GREY GOOSE®, on retrouve l'essence des meilleurs ingrédients français : du blé tendre d'hiver récolté en Picardie et dans les environs, associé à de l'eau de source de Gensac, dans la région de Cognac. Du champ de blé à la bouteille, ces ingrédients suivent un processus exclusif conçu et contrôlé grâce à l'expertise et à l'engagement extraordinaires de notre cellar-master ou maître distillateur François Thibault.

Ingrédients

Vodka

Voir plus

Description du fabricant**FAITES DE CHAQUE MOMENT UN SOUVENIR INOUBLIABLE.**

La vie est une succession de petits et de grands moments. Qu'ils soient minutieusement préparés ou complètement improvisés, il vous faut quelque chose à la hauteur de l'occasion : une vodka de qualité inégalée, élaborée sans faire de concession.

UNE ÉLABORATION SANS CONCESSION

De la culture des céréales jusqu'au bouchon en liège en passant par la distillation et la mise en bouteille, la vodka Grey Goose est traçable à 100%. Toutes les étapes sont réalisées en France.

FABRIQUÉE EN FRANCE POUR UNE BONNE RAISON

La vodka Grey Goose est distillée en France, le pays mondial de la gastronomie, à partir de deux ingrédients: du blé d'hiver de Picardie et de l'eau de source naturelle. Rien d'autre. Jamais.

UN GOÛT UNIQUE

Grey Goose est une vodka haut de gamme à la finesse et au goût exceptionnels. Elle révèle de subtiles notes d'amande et une finale aussi longue que plaisante. Elle est idéale pour la création de cocktails, des plus classiques aux plus innovants.

35 ml de vodka GREY GOOSE

100 ml de tonique

100 ml de soda

45 ml de vodka GREY GOOSE

30 ml de jus d'ananas

15 ml d'Aperol

15 ml de jus de citron vert frais

15 ml de sirop simple

7,5 ml de sirop de fruit de la passion

COCKTAIL GREY GOOSE VODKA
MARTINI

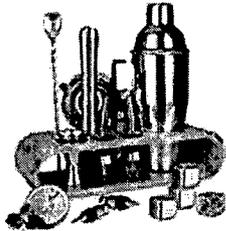
2,5 volumes de vodka GREY GOOSE

0,5 volumes de Vermouth extra sec Martini &
Rossi

Un trait d'Orange bitter



Plus d'articles à explorer



DINOKA Shaker à
Cocktail En Inox ,
Cocktailset 750ml Bar à
Cocktails Étagère En
Bambou Avec 4 * Pierres
59

25,99 €

Livraison en 1 jour
ouvré GRATUITE

Le Crâne en verre :
Préparation rhum
arrangé

63

30,22 € (30,22 €/unité)



Monin Sirop Sucre de
canne 70 cl

1 646

5,60 € (8,00 €/l)

Livraison GRATUITE avec

Prime

Habituellement expédié so...



AYAOQIANG Shaker à
Cocktail, Shaker Cocktail
Professionnel 12
Pièces, Cocktail Shaker

4 486

#1 Meilleure vente dans

Shakers à cocktails

27,99 €

Livraison en 1 jour

ouvré GRATUITE



Kikkerland KKGL06
Verres à Alcool Forme de
Tête de Mort Lot de 4

1 554

14,90 €

Livraison en 1 jour

ouvré GRATUITE

4 étoiles et plus

Sponsorisé



Grey Goose Original
Vodka Premium 100cl

563

33,90 € (33,90 €/unité)



Martini Royale Bianco,
Aperitif pétillant,
sparkling, 75cl, 8%

183

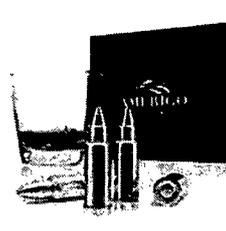
8,23 € (10,97 €/l)



Martini Rosato,
Vermouth, 100cl, 14,4%

454

7,37 € (7,37 €/l)



Amerigo Ensemble de
Cadeaux Pierre a Whisky
Exclusives en Acier
Inoxydable - Haute ...

237

19,99 €



William Lawson's,
Whisky Blended Scotch,
100cl, 40%

289

17,94 € (17,94 €/l)

Produits liés à cet article

Sponsorisé



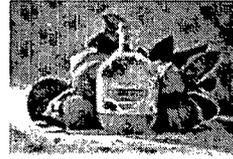
Grey Goose Original,
Vodka Premium
Française, 175cl, 40%
563
122,00 € (122,00 €/l)



Martini Prosecco, Vin
pétillant, Sparkling, 75cl,
10,5% - lot de 6
34
52,32 € (11,63 €/l)



Martini Bellini, Aperitif
pétillant, sparkling, 75cl,
8%
183
8,23 € (8,23 €/l)



LIMONCELLO MAMMA
MIA !
6
30,00 €



Martini Duó d'Apéritifs
sans Alcool (Vibrante et
Floreale), 2 x 75 cl
265
19,00 € (19,00 €/unité)

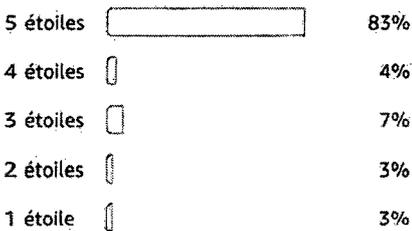
Questions et réponses des clients

Voir les questions et réponses

Commentaires client

4,6 sur 5

98 évaluations



Comment les évaluations sont-elles calculées ?

Avis avec images



Voir toutes les images des clients

Meilleures évaluati...

Meilleures évaluations de France

valérie levy

Le prix

Commenté en France le 1 septembre 2019

Achat vérifié

EXCELLENTE VODKA JE RECOMMANDE

4 personnes ont trouvé cela utile

Utile

Signaler un abus.

catlysiak

Toujours aussi appréciée

Commenté en France le 28 novembre 2020

Achat vérifié

Notre vodka préférée



2 personnes ont trouvé cela utile

Utile Signaler un abus

Kowalczuk

Bouteille de vodka française

Commenté en France le 19 décembre 2020

Achat vérifié

Bouteille de vodka française

Marque connu

Produit de qualité

Utile Signaler un abus

TDBParis

Le must de la vodka - made in France

Commenté en France le 22 octobre 2015

Achat vérifié

Très bonne vodka, au goût léger et pur. Convient parfaitement pour faire des martinis dry. Produite en France. Le must de la vodka pour moi.

9 personnes ont trouvé cela utile

Utile Signaler un abus

Antoine M.

Super vodka !

Commenté en France le 10 avril 2017

Achat vérifié

Une bonne vodka française qui se boit pure et qui passe tout seul ! Comme on dit "ça fait du bien par où ça passe".

5 personnes ont trouvé cela utile

Utile Signaler un abus

Stefy 1000 PREMIERS REDACTEURS D'AVIS TESTEURS VINE (CLUB DES TESTEURS)

40 degrés friquets

Commenté en France le 30 septembre 2019

Commentaire client Vine (Club des Testeurs) sur un produit gratuit (Qu'est-ce que c'est ?)

Alors oui, cette vodka passe toute seule dans le gosier sans ce goût acré et râpeux assez détestable qu'on peut trouver chez les vodkas de base. Mais voilà, on n'est pas du tout dans la même gamme de prix. Par rapport à la classique Absolut, je dirais que le goût de la Grey Goose est plus fin et plus léger, très doux et, chose importante, ça tape moins la tête le lendemain. Je trouve également que la Grey Goose est meilleure que la Belvédère, grosse référence, mais que je trouve décevante pour le prix. Après, je trouve par contre que ça ne vaut pas la Pravda, celle que je préfère jusqu'ici. Mais pour avoir goûté la Grey Goose, d'origine française, rappelons-le, je dois avouer que j'ai été conquis par son goût distingué et raffiné, pur et sans aspérité, qu'on peut donc boire tel quel, sans mélange. Très bien, donc.

7 personnes ont trouvé cela utile

Utile Signaler un abus

Client d'Amazon

très bonne vodka

Commenté en France le 7 juillet 2017

Achat vérifié

j'avoue, je n'aime pas les vodkas polonaises, je préfère les russes et surtout celle -ci fabriquée en France. Essayez-la, vous serez surpris! Le prix est à la hauteur du flacon, très beau d'ailleurs.

3 personnes ont trouvé cela utile

Utile Signaler un abus

AKITA TESTEURS VINE (CLUB DES TESTEURS)

La meilleure du monde ???

Commenté en France le 26 septembre 2019

Commentaire client Vine (Club des Testeurs) sur un produit gratuit (Qu'est-ce que c'est ?)

Avant de faire le commentaire sur cette Wodka Française promulguée comme étant la meilleure du monde, je fais un petit rappel historique :

La Wodka est un patrimoine Russe.

Elle fait son apparition en Russie au XVe siècle. Un certain moine Isidor du monastère de Tchudov crée la recette de la vodka en 1430 et l'Etat russe impose un monopole de production et de commercialisation en 1553.

En 1914 le Tsar Nicolas II pour la période de la Grande Guerre l'interdit et jusqu'en 1924 par le Gouvernement Soviétique. Toutes les interdictions tombèrent toutefois dans la première moitié du XXe siècle pour des raisons de libertés individuelles, afin de stopper la contrebande et aussi pour permettre aux Etats de percevoir des taxes sur la vente des alcools.

Aujourd'hui, la vodka est produite dans le monde entier et compte pas moins de 5 000 marques différentes.

En lire plus

3 personnes ont trouvé cela utile

Utile

Signaler un abus

Afficher tous les commentaires >

Meilleurs commentaires provenant d'autres pays

Traduire tous les commentaires en français

Emmanuel

Macht, was er soll: VOLL ! :-)

Commenté en Allemagne le 8 janvier 2019

Achat vérifié

Hat mich echt für ein paar Tage aus dem Verkehr gezogen. Der ballert ganz anders als so ein Supermarkt Fläschchen. Ob Original oder nicht, hat mich nicht interessiert. Wichtig war, dass er ballert - und ja, das tut er.

Am Tag danach hatte ich noch bis mittags Schwierigkeiten mit den Augen, diese ließen aber nach einem weiteren Glas wieder nach. Zum Abend hin konnte ich auch wieder mit anderen Menschen kommunizieren - hat man mir erzählt. Erinnerungen kamen erst einen weiteren Tag später.

112 personnes ont trouvé cela utile

Signaler un abus

Traduire les commentaires en Français

Anthony

COVID Relief

Commenté au Royaume-Uni le 24 avril 2020

Achat vérifié

As with many around the world dealing with COVID i turned to this - i'm not ashamed either, My kids, yep i love them , but after days locked up with them, i have a new respect for teachers and anyone else that has to deal with my darling spawns of Satan* for hours on end during the week. I am sorry I put this on you. how on earth you don't have these stashed in the back of your arts and craft draws in the classrooms i have no clue.

Seriously though, nice vodka, crisp flavour would highly recommend. (Drink sensibly - ish)

disclaimer..

*No My Children are not Satan.

**No, I am not an alcoholic...yet.

38 personnes ont trouvé cela utile

Signaler un abus

Traduire les commentaires en Français

Kindle Customer

Delightful Vodka



Commenté au Royaume-Uni le 26 décembre 2019

Achat vérifié

Great price drop from Amazon on this. Delivered safe as ever. The other half was questioned about her age by the 19 year old delivery lad so she was very happy.

Great vodka. Smooth neat on the rocks. Don't mix it. But if you have to mix it use premium mixers. It really is a delightful drink xxxx

NB the wallpaper isn't mine!!!

27 personnes ont trouvé cela utile

[Signaler un abus](#)

[Traduire les commentaires en Français](#)

Emma S

Smooth Vodka that you will actually like

Commenté au Royaume-Uni le 1 avril 2020

Achat vérifié

I was pretty sure I was not a vodka drinker after my experience with a few different brands just left me with a poor after taste and not very enjoyable experience. That is up until I met my fiance who with some more life XP than me introduced me to "the good stuff". If like me, your idea of vodka comes out of a well known red bottle then order a bottle of Grey Goose now. No longer will you see vodka as this rough, get it down quick and question life's decisions later drink. Grey Goose is a smooth and refined vodka that you could drink neat from the bottle if you so desired (not recommended). It is a higher price point, but its worth every penny and Amazon will always be cheaper than your supermarkets, even when they have their offers on. We love it so much we've even bought novelty Jeroboams of it for special events with LED base lights to get that VIP club feel at home!

4 personnes ont trouvé cela utile

[Signaler un abus](#)

[Traduire les commentaires en Français](#)

Chrissy983

Great vodka

Commenté au Royaume-Uni le 2 septembre 2020

Achat vérifié

What can I say, if your reading this then you know. Grey goose is one of the best on the market, much cheaper than buying from supermarkets too.

Planning on buying another one next week if this weekend coming goes to plan

3 personnes ont trouvé cela utile

[Signaler un abus](#)

[Traduire les commentaires en Français](#)

[Afficher tous les commentaires](#)

[Retour en haut](#)

Pour mieux nous connaître

[À propos d'Amazon](#)

[Carrières](#)

[Durabilité](#)

Gagnez de l'argent

[Vendez sur Amazon](#)

[Vendez sur Amazon Business](#)

[Vendez sur Amazon Handmade](#)

Moyens de paiement Amazon

[Cartes de paiement](#)

[Paiement en plusieurs fois](#)

[Amazon Currency Converter](#)

[Chèques-cadeaux](#)

Besoin d'aide ?

[Amazon et COVID-19](#)

[Voir ou suivre vos commandes](#)

Devenez Partenaire
 Expédié par Amazon
 Faites la promotion de vos produits
 Auto-publiez votre livre
 Amazon Pay
 › Tous nos programmes

Recharge en ligne
 Recharge en point de vente

Tarifs et options de livraison
 Amazon Prime
 Retours et remplacements
 Recyclage (y compris les équipements électriques et électroniques)
 Infos sur notre Marketplace
 Application Amazon Mobile
 Amazon Assistant
 Service Client
 Accessibilité

Australie Allemagne Brésil Canada Chine Espagne États-Unis Inde Italie Japon Mexique Pays-Bas Pologne Royaume-Uni Émirats arabes unis Singapour Turquie

Amazon Music
 Écoutez des millions de chansons

AbeBooks
 Livres, art & articles de collection

Amazon Web Services
 Services de Cloud Computing Flexibles

Audible
 Livres audio télécharger

Book Depository
 Livres expédiés dans le monde entier

Kindle Direct Publishing
 Auto-publiez facilement vos livres au format numérique

Offres Reconditionnées
 Bonnes affaires

Shopbop
 Vêtements de Marque & Mode

Amazon Advertising
 Ciblez, attirez et fidélisez vos clients

Amazon Business
 Paiement 30 jours. Hors TVA.
 Pour les professionnels.

Amazon Second Chance
 Transmettez, échangez, donnez une seconde vie à vos objets

Conditions générales de vente Vos informations personnelles Cookies Annonces basées sur vos centres d'intérêt © 1996-2021, Amazon.com, Inc. ou ses filiales.





Grey Goose

Grey Goose est une marque de vodka conditionnée depuis 1997 à Gensac-la-Pallue, en France, pour le compte du groupe Bacardi (depuis 2004). L'alcool de haute qualité utilisé est depuis 2010 distillé à partir de blé par la distillerie de la vallée de l'Oise à Origny-Sainte-Benoite dans l'Aisne, après celui élaboré – également à partir de blé – par la distillerie Brie-Champagne-Ethanol à Provins, en Seine-et-Marne.

Sommaire

Historique

Caractéristiques

Notes

Voir aussi

Lien externe

Historique

La vodka Grey Goose a été élaborée comme un produit de luxe par le milliardaire américain Sidney Frank, qui voulait capitaliser sur le prestige de l'image française. Élaborée par François Thibault (auparavant maître de chai chez H. Mounier) à Gensac-la-Pallue, une ville traditionnellement associée aux eaux-de-vie haut-de-gamme, elle utilise exclusivement du blé d'hiver cultivé en Picardie, et diluée à de l'eau de source de Gensac-la-Pallue filtrée à travers les calcaires de Grande-Champagne.

Commercialisée à partir de 1997 en reposant sur le réseau de distribution que Frank a perfectionné pour la liqueur allemande Jägermeister qu'il a rachetée en 1974, la vodka obtient un succès immédiat aux États-Unis où le plus gros de la production est exporté, en grande partie grâce à une stratégie de marketing agressive qui employa des jeunes femmes pour démarcher les boîtes de nuit et bars.

La Grey Goose vise le marché haut-de-gamme, et ses ventes atteignent 1,4 million de caisses par an en 2003, derrière les leaders Absolut et Smirnoff (respectivement 4,5 et 7 millions en 2003)¹.

En 2004, Sidney Frank vend Grey Goose au groupe Bacardi pour une somme estimée à 2 milliards de dollars US, permettant à l'acquéreur de combler une lacune dans son portefeuille de spiritueux (la vodka Türki du groupe, lancée en 2002, n'eut pas le succès escompté).

La marque est aussi partenaire des seuls bars de glace de Paris et Saint-Tropez, "the Ice KUBE by Grey Goose", au sein des "KUBE Hotel".

Caractéristiques

Fabriquée à l'usine Saverglass d'Arques² en France, la bouteille dans laquelle la vodka est vendue porte un bandeau tricolore et la mention « France » rappelant l'origine de la boisson.

La vodka Grey Goose est commercialisée en plusieurs volumes. Au-delà de la bouteille de 700 ml, elle existe aussi en 5 cl, 200 ml, 375 ml, 500 ml, 700 ml, 1 litre, 1.50 litre, 1.75 litre, 3 litres, 4,5 litres et 6

litres .



Le produit est aussi décliné en sept versions aromatisées : Le Melon, Cherry Noir, La Poire, L'Orange, Le Citron, la VX aromatisée au Cognac et La Vanille.

Depuis 2021, Grey Goose commercialise aux États-Unis la gamme "Essences", une gamme aromatisée moins alcoolisée confectionnée à partir de vodka Grey Goose infusée avec des fruits et des plantes distillées à froid. Trois parfums sont proposés : fraise-citronnelle, pêche blanche-romarin et pastèque-basilic.

Notes

- (en) « Grey Goose Billionaire's Second Act », *Forbes*, 10 septembre 2004 (https://www.forbes.com/2004/09/10/cz_mm_0910goose.html?r104)
- "Alphadec : une usine au top de l'innovation inaugurée ce vendredi à Arques" *La Voix du Nord* - 23/05/2014 (<http://www.lavoixdunord.fr/region/alphadec-une-usine-au-top-de-l-innovation-inauguree-ce-ia37b48476n2158131>)

Voir aussi

- Jägermeister
- Unicum

Lien externe

- (en) Site officiel Grey Goose (<http://www.greygoose.com/>)

Ce document provient de « https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Grey_Goose&oldid=183138187 ».

La dernière modification de cette page a été faite le 22 mai 2021 à 10:47.

Droit d'auteur : les textes sont disponibles sous licence Creative Commons attribution, partage dans les mêmes conditions ; d'autres conditions peuvent s'appliquer. Voyez les conditions d'utilisation pour plus de détails, ainsi que les crédits graphiques. En cas de réutilisation des textes de cette page, voyez comment citer les auteurs et mentionner la licence.

Wikipedia® est une marque déposée de la Wikimedia Foundation, Inc., organisation de bienfaisance régie par le paragraphe 501(c)(3) du code fiscal des États-Unis.



THE REPUTATION OF THE TRADEMARKS GREY GOOSE.

1. Grey Goose is a vodka dedicated to the premium segment of the market, with a price of around 40 euros per 70 centiliter bottle (about 55 euros per liter)¹. In this Fact, several sub-sections will be presented separately to demonstrate the reputation and recognition that Grey Goose enjoys in the premium vodka sector.

A. Sales figures and marketing investment.

2. Firstly, from an economic point of view, Grey Goose's reputation is reflected in the value of its sales and the growth it has experienced year after year.

3. A table provided by the IWSR on the sales figures of the various vodka trademarks worldwide and including Grey Goose. IWSR is an external (and therefore independent) alcohol analysis company which has created the most comprehensive database of the alcoholic beverages market worldwide. IWSR does not prepare a universal list, but only includes trademarks that meet the criteria known as the *IWSR 'International' Definition*. To be considered as an international trademark under the IWSR definition, the trademark must

- Sale in 30 countries or more².
- From these 30 countries, the following should be included:
 - USA,
 - At least three of the following European countries: The United Kingdom, France, Germany, Spain, Italy, Sweden, the Netherlands, Greece, Poland.
 - And at least two countries from any of the following regions: Asia and the Pacific; rest of the Americas³; CIS (including Russia); rest of the world⁴; retail travel.

4. In this Document you can see Grey Goose's sales figures in volume and in dollars for the last 11 years:

| Grey Goose sales value (thousands of dollars) ⁵ | | | | | | | | | | |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |

¹ The price can be seen in documentation below, such as screen prints from the defendant's distributors, who also sell Grey Goose.

² 30 have been chosen because they represent 25% of all countries in the world; for the purpose of this definition "the world" is composed of 120 countries (120 eliminates the "dry" countries, as well as those where data are currently very scarce: Laos, Burma, etc., and sub-Saharan Africa).

³ Canada, South America and the Caribbean.

⁴ Africa, the Gulf and the Middle East.

⁵ The figures in the Excel are shown as RSV (known as *Retail Value*), which is the result of multiplying the sales volume of Grey Goose by the price of each bottle by 9 litres between the size of the bottle in question (i.e. 700 ml or other volume).



| | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Worldwide | 1.323.977 | 1.483.142 | 1.592.958 | 1.633.838 | 1.669.527 | 1.745.338 | 1.719.032 | 1.687.624 | 1.625.339 | 1.583.393 | 1.571.652 |
| Western Europe | 51.316 | 65.166 | 96.619 | 114.269 | 131.701 | 157.724 | 166.747 | 180.651 | 194.710 | 206.869 | 208.730 |
| Spain | 3.787 | 4.312 | 5.210 | 6.109 | 6.828 | 7.472 | 8.502 | 12.448 | 16.435 | 18.091 | 21.613 |
| France | 9.764 | 14.246 | 18.830 | 20.624 | 23.824 | 28.099 | 29.536 | 33.810 | 39.727 | 42.754 | 37.691 |
| Germany | 3.576 | 4.086 | 6.436 | 8.591 | 8.979 | 12.120 | 12.617 | 14.847 | 16.697 | 18.032 | 20.593 |
| Italy | 6.559 | 6.100 | 10.278 | 10.675 | 6.839 | 8.228 | 8.259 | 8.862 | 9.611 | 10.580 | 10.951 |
| United Kingdom | 13.703 | 19.907 | 34.361 | 45.434 | 54.631 | 61.664 | 62.614 | 65.434 | 64.021 | 62.272 | 63.842 |

Sales volume Grey Goose (thousands of 9-litre boxes)

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Worldwide | 3.456,7 | 3.604,7 | 3.755,0 | 3.809,7 | 3.877,0 | 3.986,2 | 4.047,0 | 4.030,6 | 3.808,7 | 3.693,3 | 3.663,1 |
| Western Europe | 75,7 | 101,5 | 139,0 | 172,2 | 199,6 | 234,2 | 276,5 | 312,5 | 330,9 | 341,0 | 361,5 |
| Spain | 5,0 | 6,4 | 6,9 | 7,9 | 8,6 | 10,7 | 13,5 | 18,7 | 24,0 | 30,0 | 38,0 |
| France | 14,0 | 21,5 | 27,0 | 32,0 | 37,0 | 45,0 | 56,5 | 65,4 | 71,4 | 78,9 | 76,4 |
| Germany | 5,0 | 6,0 | 9,0 | 13,0 | 13,2 | 17,8 | 22,0 | 26,1 | 28,8 | 29,6 | 34,0 |
| Italy | 8,7 | 9,6 | 14,0 | 15,4 | 15,3 | 18,6 | 19,4 | 21,1 | 21,7 | 22,5 | 24,1 |
| United Kingdom | 22,3 | 33,5 | 52,5 | 68,3 | 80,1 | 85,8 | 93,6 | 108,3 | 107,7 | 97,3 | 104,6 |

5. From both tables it can be seen how the sales level of Grey Goose in the world and in Europe is very important and, particularly in Europe, is experiencing a great growth in sales (from 2009 to 2019 the sales volume has increased fivefold).
6. In the same document, a breakdown of the figures for the most relevant trademarks of vodka marketed in the countries analyzed by IWSR can be seen. In the following chart we reproduce the figures corresponding to the main vodkas of the Spanish market:

| | Turnover 2019 (thousands of 9-litre cases) | Sales value 2019 (thousands of dollars) |
|-------------------------|--|---|
| Absolut Vodka | 211,2 | 37.764 |
| Eristoff Vodka | 165,3 | 16.671 |
| Smirnoff Vodka | 283,3 | 35.738 |
| Belvedere Vodka | 24,7 | 13.427 |
| Grey Goose Vodka | 38,0 | 21.613 |

7. This data shows that Grey Goose is a premium category vodka. Premium drinks are those that target a higher purchasing power segment of the market, with a more exclusive consumption and a higher price. For this reason, it is logical that when comparing the sales volume per case of Grey Goose with other more common and lower priced trademarks, the Grey Goose volume is lower. However, if we make a comparison by the value of that volume, we conclude that Grey Goose is one of the most relevant vodkas in our country (**currently the third most valued**).
8. In other words, these data show that, compared to other trademarks of vodka, the relative price of 9l cases of Grey Goose vodka is much higher, as it is a premium product. It can also be seen that Grey Goose has increased its sales figures year on year, while Eristoff and Absolut have been declining.
9. In turn, if we compare Grey Goose with Belvedere vodka (with a category higher than Absolut or Eristoff), Grey Goose surpasses it both in terms of sales volume and value. In 2019, Belvedere achieved sales of around \$13 million compared to \$21 million for Grey Goose.
10. All these data show that my Grey Goose has a strong position in the sector and holds a significant market share, which is associated with its reputation.
11. Further, Bacardí has made an intense marketing effort to position Grey Goose as one of the most famous vodkas in the world. Specifically, it is provided figures of the investment made in the promotion of Grey Goose in the last years and in the main countries of the European Union, as well as broken down by type of promotion. The figures are broken down into spending on digital media, digital search media, advertising in small shops, TV/Cinema, and outdoor advertising.
12. The following table summarizes the total figures provided:

TOTAL MEDIA EXPENDITURE (USD)



| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|----------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| France | 632.440 | 1.040.030 | 755.411 | 983.669 | 452.062 |
| Italy | 40.714 | 169.535 | 169.858 | 354.065 | 147.260 |
| Spain | 4.274 | 133.903 | 146.456 | 455.412 | 153.674 |
| United Kingdom | 1.733.385 | 1.984.018 | 1.648.636 | 3.166.207 | 1.215.922 |
| Germany | 80.814 | 62.971 | 150.372 | 370.590 | 195.221 |
| Western Europe | 2.428.133 | 3.532.598 | 3.189.303 | 7.100.611 | 2.882.026 |
| TOTAL | 19.132.671 | | | | |

13. Therefore, the total investment in advertising in the last 4 and a half years (it must be considered that the date corresponding with 2020 was not complete) in Western Europe amounts to **almost 20 million dollars**. As we will see in the next section, this investment, as well as the implementation of the product in the market, has generated a significant presence on the internet for Grey Goose.

B. Internet presence and event promotion.

14. Television and outdoor advertising are still very suitable means of making oneself known to the target audience, and that is why Bacardi has invested large budgets in this type of advertising. However, currently the main medium used by companies to contact consumers is the internet. In particular, the role of social networks is especially important, through which the main trademarks generate content and interactions with the public. Currently, the most relevant social networks for relating with consumers are Instagram and Facebook.
15. Grey Goose has gained many followers in recent years on its various networks:
- 339,000 followers on Instagram.
 - 2,442,143 followers on Facebook.
 - 89,000 followers on Twitter.
 - 27,400 subscribers on YouTube.
16. To get a better idea of what these numbers mean, below it can be found descriptive information of Instagram's followers of well- known trademarks in the beverage sector:

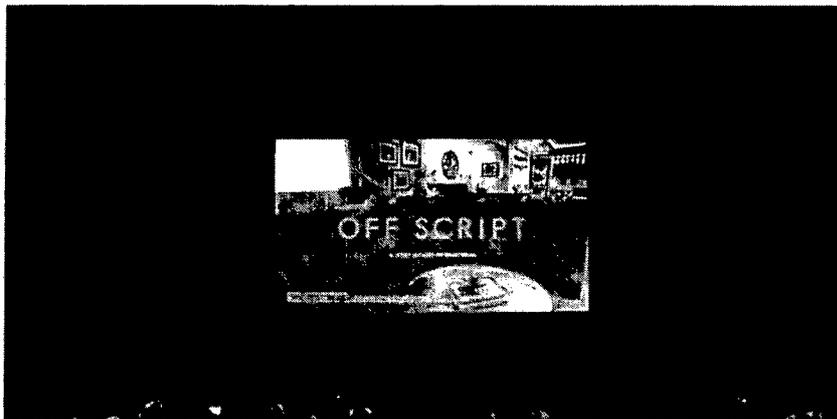
| Trademark | Followers on Instagram |
|--------------------------|------------------------|
| Martini | 140,000 |
| Beefeater | 78,100 |
| Jägermeister UK + España | 98,300 |
| Mahou | 51,200 |

| | |
|----------------|---------|
| Absolut vodka | 301,000 |
| Smirnoff vodka | 205,000 |

17. This number of followers in social networks has only been possible due to a significant market presence of the product, as well as a considerable promotion. The following sections give some promotional examples of Bacardí that support the consistency of the figures expressed so far, both in relation to the investment made and to the followers on the Internet.

- **Grey Goose has sponsored numerous events and festivities with great media impact.**

18. Bacardí stands out as a great sponsor in the world of cinema, in particular of the most important and glamorous film festivals in the world. For example, Grey Goose was the main sponsor of the Milan Fashion Film Festival in 2018 and presented the "Homage Live the Grey Goose moment".



19. In 2010, it began as the sponsor and official drink of the Sundance International Film Festival, which is considered the largest independent film festival in the world and attracts many Hollywood stars. On 25 January 2010, the newspaper ANALÍTICA referred to it as:

*Ranked as the world's largest space for independent filmmaking, the Sundance Film Festival brings together big Hollywood stars eager to enjoy original material, while **Grey Goose is supporting the event for the first time**. In addition, the luxury vodka trademark is the official host for premieres, interviews and cocktails during the festival and, night after night, delights attendees with the most exclusive cocktails.*

20. In Spain, it was a sponsor of the 2018 Silver Photogrammetry Award ceremony:



21. At the same time, Grey Goose has also been able to make inroads into the world of music. Grey Goose has been the sponsor of the famous music festival held in Marbella every summer, the Starlite, which is attended by many Spanish celebrities.
22. In the 2015 edition of Starlite, with Antonio Banderas as host, a charity draw was held for a bottle of Grey Goose signed by other celebrities.



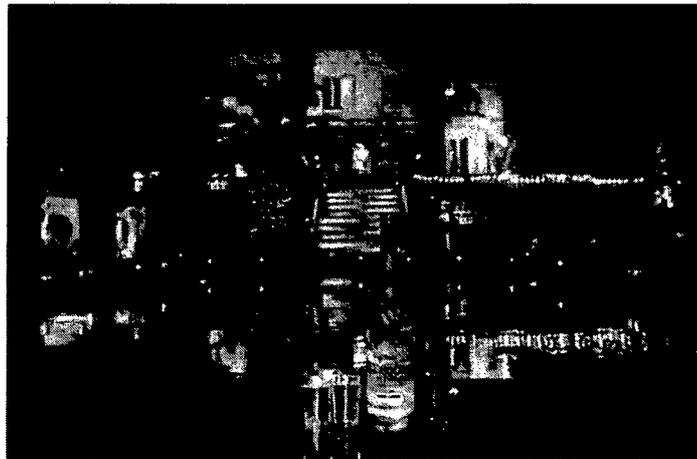
23. Within the charity galas, Grey Goose also participated in 2010 as the official beverage sponsor for the Elton John AIDS Foundation, which organizes the charity event known as the "White Tie & Tiara Summer Ball" in England. At this event, Grey Goose offered different cocktails designed exclusively for that event:



24. Grey Goose was the sponsor of the Cannes Film Festival in its 2010 edition, with the consequent media coverage. The newspaper LOS EDITORES, on 19 May 2010, defined this event as

Grey Goose, the world's favourite luxury vodka, was presented at the recent Oscars and now repeats the success at the Cannes Film Festival.

It was the co-sponsor of a select number of events during the Festival. For the occasion, Grey Goose's global ambassador Dimitri Lezinska created a cocktail collection, which includes Grey Goose Rendez-Vous adorned with golden sparkles and the taste experience of blackberry, all brought together in the special Magic Hour Martini cocktail.



25. In addition to film and music, Grey Goose has also held promotional events in the fashion sector. In this sense, last year it was once again one of the sponsor trademarks of the 70th edition of the Mercedes Benz Fashion Week in Madrid, as can be seen in the news published to this effect by the organizer of the event:

The super-premium vodka trademark Grey Goose sponsors the 70th edition of MBFW Madrid

Grey Goose®, the super-premium vodka trademark, will be one of the sponsors of the 70th edition of Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, the great Spanish fashion show organised by IFEMA, through which the creations of the most renowned Spanish designers will be paraded. The show will take place from 5 to 10 July in Hall 14.1 of Feria de Madrid and other venues in Madrid.



Grey Goose® returns to this event after having been a sponsor years ago, with a space in the Kissing Room at MBFWMadrid, from where it will entertain the designer's guests after each show and invite them to toast the success of his collection.

Grey Goose® is a benchmark of luxury and quality thanks to its characteristics and production process. It is made entirely in France, from harvesting to bottling, grinding and distilling.

Through its new *CELÉBRATE* concept, Grey Goose® aims to give its consumers what they are currently looking for in luxury trademarks. Personal satisfaction is no longer achieved by impressing others, but by celebrating in a close and authentic way the moments that matter most to each individual, whether they are big or small, planned or spontaneous.

26. Finally, Grey Goose has also sponsored a variety of sporting events. For example, it was a sponsor in 2011 of the Santa María Polo Club, one of the most important competitions in the world on the polo calendar and a must for fans and players from Spain and other countries. This was expressed by DIARIO SUR in its article of 16 August 2011:

Santa María Polo Club stresses "the importance of our sponsors who, with their support and effort, have made this competition one of the most important on the world polo calendar and a must for fans and players from Spain, France, England, the United States, Colombia, Argentina, Belgium, Brunei, and many more, who find the Cadiz municipality the perfect place to practice this sport".

Among the sponsors are BMW as Main Sponsor, Nespresso as Gold Cup sponsor, Hublot as Silver Cup and Official Watch sponsor, Sapphire Networks as Bronze Cup sponsor, Veuve Clicquot as Official Champagne, ABN AMRO Private Banking as Official Bank, Valecuatro as Medium Handicap sponsor, González Byass, Grey Goose and Bacardi in the Official Products category, and Matork, Fánstudio and Agro jardín in the Official Suppliers category.

27. It has also been the image of great competitions in the world of tennis. For example, in the final of the International Tennis Tournament "Copa Casa de Campo" in 2019 last year or, for the tenth consecutive year, one of the sponsors US OPEN of 2020:



us open

Partners



- **Events organized by Grey Goose.**

28. In addition to the sponsorships indicated, my company has organized events attended by well-known guests:

29. For example, since 2008 Grey Goose has been in charge of organizing the *after party for the BAFTA* (Orange British Academy Film Awards). This Gala is the biggest British film awards festival

attended every year by great stars of the cinema (Brad Pitt, Angelina Jolie, Naomi Campbell, Cate Blanchett...)



30. It has also been in charge of organizing competitions where expert cocktail makers have met. Specifically, in 2013 it organised the "Grey Goose@ 10 Competition" in the town of Cognac:



31. In 2016 he held the well-known "la Boulangerie Bleueo", an event that sought to recreate the atmosphere of the French Riviera and where Grey Goose offered his cocktails made by Ramón Freixa Riera, chef awarded two Michelin stars and three Repsol Suns. The event took place in cities such as New York, Paris, Toronto, Munich and Los Angeles, and was held in Madrid on 15 and 16 August 2016.





32. In July 2017, Grey Goose brought together the best chefs and bartenders (among whom was 3 Michelin star chef Quique Dacosta, and Miguel Pérez head bartender of the Solangeen cocktail bar) in a pioneering project called "Atelier of Taste" held in the center of Madrid, in the Lázaro Galdiano Museum, and in Barcelona, in the Red Fish. This event consisted of recreating a summer cinema with a French atmosphere where the public could enjoy their Grey Goose vodka.



33. In collaboration with the Kitchen Club cooking school, Grey Goose gave a *master class in cooking* attended by some of the country's top bartenders:



- **Celebrities and Grey Goose.**

34. Given the repercussions of these events in, it is common to find photographs of celebrities linked to Grey Goose, both for their attendance at the aforementioned events and for the intrinsic success of the product. This trend was echoed by the magazine SModa in El País on 20 October 2019 in its article *How a French vodka made from wheat became a favorite with celebrities*. <https://smoda.elpais.com/celebrities/vips/vodka-grey-goose-favorito-celebrities/> featuring many international stars.
35. We reproduce below an extract from the article as it is particularly revealing, as well as some of the photographs that accompanied it:

"The actors are very demanding about quality and are willing to pay for something expensive, but it has to be good," says to SModa François Thibault, its creator, sitting in one of the halls of the house that Grey Goose owns on the outskirts of the small village of Juillac-le-Coq, in the middle of the French countryside. Besides sponsoring several Oscars after parties or being present at festivals such as Cannes or Toronto, vodka is not lacking in the personal minibar of many stars. A pre-concert contract with Drake that was leaked a few years ago showed that the rapper likes to have a bottle in his dressing room and even celebrated his 24th birthday at a party organized alongside the trademark. Nicole Kidman, Britney Spears or designer Vera Wang have been immortalized drinking the prized nectar. "From the trademark we do not usually look for celebrities to associate with, but we have made special editions with chefs like Alain Ducasse," explains the maître de chai.

36. Some photographs taken from the article are reproduced:

| | |
|--|--|
| <p>Chef Ludo Lefebvre and Nicole Kidman at a Grey Goose event</p> |  |
| <p>Rapper Drake claims to require a bottle of this drink before performing</p> |  |

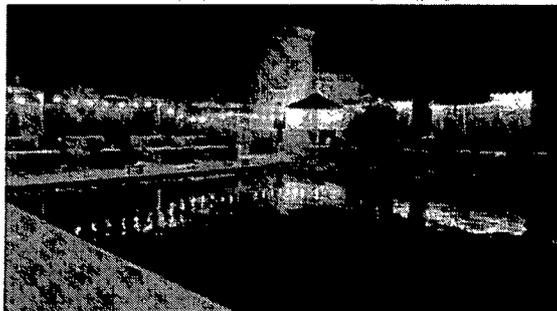


- **Le Logis.**

37. A symbol of the importance of the investment in the Grey Goose trademark, and which, as will be seen later, is the **house of Grey Goose or Le Logis (The House)**. This stately property built in the 17th century is in the Juillac-le-Coq area, near the Grey Goose distillery and bottling plants. It was acquired by Grey Goose in 2012 and opened in 2014. Today, it is one of the trademark's logos and serves as a private mansion where you can hold events, meetings, invite friends of the firm or professionals from the beverage industry.

38. The trademark and symbols of the company can be found throughout the house, as it has managed to become an icon that represents Grey Goose. The guests of this mansion discover how Grey Goose vodka is made and taste its different varieties and cocktails.

39. Below are some of the photos from "Le Logis":



C. Third party publications.

40. All this effort to make itself known has been recognized by the media. With a simple Google search, you can find a multitude of articles from newspapers, online magazines, and blogs where the quality and prestige of Grey Goose vodka stands out. For example:

- FORBES magazine, which has a large international circulation, arranged an interview with the vice-president of Grey Goose on 26 May 2020:

Grey Goose is not only one of the bestselling premium vodkas on the market. It was also one of the first.

(...)

In 2004, less than seven years after it went on the market, Bacardi bought Grey Goose for \$2.2 billion. Today, the ever-popular vodka produces over 2 million cases a year.

- On 27 September 2006, from BUSINESSWIRE, he defined Grey Goose as follows

Bacardi Limited is the largest privately owned spirits company in the world and produces and markets a variety of internationally recognised spirits. Bacardi Limited's trademark portfolio includes over 250 trademarks and labels, including Bacardi Rum, the world's favorite rum; MARTINI & ROSSI vermouth, the world's leading vermouth; Grey Goose vodka, the best-selling ultra-premium vodka; DEWAR'S whisky, the best-selling Scotch whisky in the United States; BOMBAY SAPPHIRE gin, the best-selling super-premium gin in the United States; CAZADORES tequila, the best-selling 100% blue agave tequila in the world; and other renowned trademarks.

- The magazine SNOB published an article on 6 August 2014 "Meet the 14 most valuable trademarks of alcohol in the world", in which it specified

Grey Goose | Estimated value of \$1.12 billion

Actually, although Grey Goose wants us to believe that it is a French drink so that it sounds a little more luxurious, it is a drink created by an American called Sidney Frank. It is produced in Cognac, France to keep the feint of being a very nice and superior liquor to others. It totally and absolutely fulfilled its purpose, which was to create an exclusive trademark of vodka, and today it is what positions it among the most valuable in the world.

- On October 17, 2015, the newspaper ABC dedicated an article to the new launch of Grey Goose VX where it presented it as

A vodka raised to the highest category

(...) Thibault has taken a new step by creating this VX with the addition of a few drops of top-quality cognac made from grapes from the Champagne region, called "ugni blanc", which are reserved for the best trademarks. The result is a luxury drink, with a very limited production...



- Another important Spanish newspaper, this time EL PAÍS, in its "S MODA" section referred to my vodka with the following headline on 20 October 2019. This article has been reproduced above.

D. Awards and recognition.

41. Finally, it should be noted that the quality of Grey Goose Vodka is not only recognized by magazines, opinions, blogs or social networks, but that this star product has been awarded several prizes and acknowledgements:

- **The Beverage Testing Institute of Chicago** awarded Grey Goose the recognition of the best vodka with "**Best Taste of the World**" in 1998.
- **The World Spirits Championship** awarded it a platinum medal in 1998.
- In 2007, Grey Goose was awarded as the "**Number One Vodka**" by **The Luxury Institute**.
- **Drinks International's** 2015 ranking recognizes Grey Goose as the **second-best selling vodka** in the best-selling trademark ranking. It also takes silver in the ranking of **most fashionable vodka trademarks**.
- **The magazine "The Manual"** included Grey Goose vodka (in its special edition) as one of the best "**Table Vodkas**" in 2020.
- **Best vodka "to give away" and sixth place among the best vodkas for blends** according to the ranking in the magazine "**Best**" in its article of 27 August 2020.
- **The famous Peñín Guide** rated him in 2012 in its Guide with **93 points out of 100**.

42. All of that proves the reputation of Grey Goose, a fact known to the defendant, which seeks to exploit the reputation of the applicant by marketing its product FIRE&ICE in a very similar trade dress.

LA RÉPUTATION DES MARQUES GREY GOOSE.

1. Grey Goose est une vodka dédiée au segment premium du marché, avec un prix d'environ 40 euros la bouteille de 70 centilitres (environ 55 euros le litre)(1). Dans ce document, plusieurs sous-sections seront présentées séparément pour démontrer la réputation et la reconnaissance dont jouit Grey Goose dans le secteur de la vodka premium.

A. Chiffres de vente et investissement marketing.

2. D'abord, d'un point de vue économique, la réputation de Grey Goose se reflète dans la valeur de ses ventes et la croissance qu'elle a connue année après année.

3. Un tableau fourni par l'IWSR sur les chiffres de vente des différentes marques de vodka dans le monde et dont Grey Goose. IWSR est une société d'analyse d'alcool externe (et donc indépendante) qui a créé la base de données la plus complète du marché des boissons alcoolisées dans le monde. L'IWSR ne prépare pas de liste universelle, mais inclut uniquement les marques qui répondent aux critères connus sous le nom de Définition « Internationale » de l'IWSR. Pour être considérée comme une marque internationale selon la définition de l'IWSR, la marque doit

- Vendre dans 30 pays ou plus(2).
- Parmi ces 30 pays, doivent figurer :
 - Les États-Unis,
 - Au moins trois des pays européens suivants : Royaume-Uni, France, Allemagne, Espagne, Italie, Suède, Pays-Bas, Grèce, Pologne.
 - Et au moins deux pays de l'une des régions suivantes : Asie et Pacifique ; le reste des Amériques (3) ; CEI (y compris la Russie) ; le reste du monde (4) ;

4. Dans ce Document, vous pouvez voir les chiffres de ventes de Grey Goose en volume et en dollars pour les 11 dernières années :

Valeur des ventes de Grey Goose (en milliers de dollars) (4)

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Dans le monde | 1.323.9 | 1.483.1 | 1.592.9 | 1.633.8 | 1.669.5 | 1.745.3 | 1.719.0 | 1.687.6 | 1.625.3 | 1.583.3 | 1.571.6 |
| | 77 | 42 | 58 | 38 | 27 | 38 | 32 | 24 | 39 | 93 | 52 |
| Europe de l'Ouest | 51.316 | 65.166 | 96.619 | 114.26 | 131.70 | 157.72 | 166.74 | 180.65 | 194.71 | 206.86 | 208.73 |
| | | | | 9 | 1 | 4 | 7 | 1 | 0 | 9 | 0 |
| Espagne | 3.787 | 4.312 | 5.210 | 6.109 | 6.828 | 7.472 | 8.502 | 12.448 | 16.435 | 18.091 | 21.613 |
| France | 9.764 | 14.246 | 18.830 | 20.624 | 23.824 | 28.099 | 29.536 | 33.810 | 39.727 | 42.754 | 37.691 |
| Allemagne | 3.576 | 4.086 | 6.436 | 8.591 | 8.979 | 12.120 | 12.617 | 14.847 | 16.697 | 18.032 | 20.593 |
| Italie | 6.559 | 6.100 | 10.278 | 10.675 | 6.839 | 8.228 | 8.259 | 8.862 | 9.611 | 10.580 | 10.951 |



| | | | | | | | | | | | |
|-------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Royaume Uni | 13.703 | 19.907 | 34.361 | 45.434 | 54.631 | 61.664 | 62.614 | 65.434 | 64.021 | 62.272 | 63.842 |
|-------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|

(1) Le prix peut être vu dans la documentation ci-dessous, comme les sérigraphies des distributeurs du défendeur, qui vendent également Grey Goose.

(2) 30 pays ont été choisis car ils représentent 25 % de tous les pays du monde ; à noter que de par cette définition « le monde » est composé de 120 pays (120 en excluant les pays « secs », ainsi que ceux où les données sont actuellement très rares tels que le Laos, la Birmanie, ou encore l'Afrique sub-saharienne)

(3) Le Canada, l'Amérique du Sud et les Caraïbes,

(4) L'Afrique, les pays du Golfe et le Moyen-Orient.

(5) Les chiffres de ce tableau Excel sont indiqués en RSV (qui correspond à la valeur au détail). Le RSV est le résultat de la multiplication du volume des ventes de Grey Goose par le prix de chaque bouteille par 9 litres entre la taille de la bouteille en question (c'est-à-dire 700 ml ou autre tome).

Volume des ventes Grey Goose (par milliers de cartons de 9 litres)

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Dans le monde | 3.456,7 | 3.604,7 | 3.755,0 | 3.809,7 | 3.877,0 | 3.986,2 | 4.047,0 | 4.030,6 | 3.808,7 | 3.693,3 | 3.663,1 |
| Europe de l'ouest | 75,7 | 101,5 | 139,0 | 172,2 | 199,6 | 234,2 | 276,5 | 312,5 | 330,9 | 341,0 | 361,5 |
| Espagne | 5,0 | 6,4 | 6,9 | 7,9 | 8,6 | 10,7 | 13,5 | 18,7 | 24,0 | 30,0 | 38,0 |
| France | 14,0 | 21,5 | 27,0 | 32,0 | 37,0 | 45,0 | 56,5 | 65,4 | 71,4 | 78,9 | 76,4 |
| Allemagne | 5,0 | 6,0 | 9,0 | 13,0 | 13,2 | 17,8 | 22,0 | 26,1 | 28,8 | 29,6 | 34,0 |
| Italie | 8,7 | 9,6 | 14,0 | 15,4 | 15,3 | 18,6 | 19,4 | 21,1 | 21,7 | 22,5 | 24,1 |
| Royaume Uni | 22,3 | 33,5 | 52,5 | 68,3 | 80,1 | 85,8 | 93,6 | 108,3 | 107,7 | 97,3 | 104,6 |

5. Les deux tableaux montrent à quel point le niveau des ventes de Grey Goose dans le monde et en Europe est très important et, en particulier en Europe, où il connaît une forte croissance des ventes (de 2009 à 2019, le volume des ventes a quintuplé).

6. Dans le même document, il est possible de consulter une ventilation des chiffres pour les marques de vodka les plus pertinentes commercialisées dans les pays analysés par l'IWSR. Dans le graphique suivant nous reproduisons les chiffres correspondant aux principales vodkas du marché espagnol :

| | Chiffre d'affaires 2019 (milliers de caisses de 9 litres) | Valeur des ventes 2019 (Des milliers de dollars) |
|-------------------------|--|---|
| Absolut Vodka | 211,2 | 37.764 |
| Eristoff Vodka | 165,3 | 16.671 |
| Smirnoff Vodka | 283,3 | 35.738 |
| Belvedere Vodka | 24,7 | 13.427 |
| Grey Goose Vodka | 38,0 | 21.613 |

7. Ces données montrent que Grey Goose est une vodka de catégorie premium. Les boissons premium sont celles qui ciblent un segment de marché au pouvoir d'achat plus élevé, avec une consommation plus exclusive et un prix plus élevé. Pour cette raison, il est logique qu'en comparant le volume des ventes par caisse de Grey Goose avec d'autres marques de commerce plus courantes et moins chères, le volume de Grey Goose soit inférieur. Cependant, si nous faisons une comparaison par la valeur de ce volume, nous concluons que Grey Goose est l'une des vodkas les plus pertinentes dans notre pays (actuellement la troisième la plus appréciée).

8. En d'autres termes, ces données montrent que, par rapport à d'autres marques de vodka, le prix relatif de caisses de 9 litres de vodka Grey Goose est beaucoup plus élevé, car il s'agit d'un produit haut de gamme. On constate également que Grey Goose a augmenté ses ventes d'année en année, tandis qu'Eristoff et Absolut sont en baisse.

9. À son tour, si l'on compare Grey Goose à la vodka Belvedere (avec une catégorie supérieure à Absolut ou Eristoff), Grey Goose la surpasse à la fois en termes de volume et de valeur des ventes. En 2019, Belvedere a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 13 millions de dollars contre 21 millions de dollars pour Grey Goose.

10. Toutes ces données montrent que Grey Goose occupe une position importante dans le secteur et détient une part de marché importante, directement associée à sa réputation.

11. De plus, Bacardí a fait un effort marketing intense pour positionner Grey Goose comme l'une des vodkas les plus célèbres au monde. Plus précisément, est fourni des chiffres sur les investissements réalisés dans la promotion de Grey Goose au cours des dernières années et dans les principaux pays de l'Union européenne ont été communiqués, ainsi qu'une ventilation par type de promotion. Les chiffres sont ventilés entre les dépenses consacrées aux médias numériques, aux médias de recherche numériques, à la publicité dans les petits magasins, à la télévision/au cinéma et à la publicité extérieure.

12. Le tableau suivant résume les chiffres totaux fournis :

| DÉPENSES MÉDIAS TOTALES (USD) | | | | | |
|--------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| France | 632.440 | 1.040.030 | 755.411 | 983.669 | 452.062 |
| Italie | 40.714 | 169.535 | 169.858 | 354.065 | 147.260 |
| Espagne | 4.274 | 133.903 | 146.456 | 455.412 | 153.674 |



| | | | | | |
|-------------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Royaume Uni | 1.733.385 | 1.984.018 | 1.648.636 | 3.166.207 | 1.215.922 |
| Allemagne | 80.814 | 62.971 | 150.372 | 370.590 | 195.221 |
| Europe de l'Ouest | 2.428.133 | 3.532.598 | 3.189.303 | 7.100.611 | 2.882.026 |
| TOTAL | 19.132.671 | | | | |

13. Par conséquent, l'investissement total dans la publicité au cours des 4 dernières années en Europe de l'Ouest s'élève à près de 20 millions de dollars. Comme nous le verrons dans la section suivante, cet investissement, ainsi que la mise en place du produit sur le marché, a généré une présence significative sur Internet pour Grey Goose.

B. Présence sur Internet et promotion d'événements.

14. La télévision et la publicité extérieure restent des moyens très adaptés pour se faire connaître du public-cible, c'est pourquoi Bacardi a investi des budgets importants dans ce type de publicité. Cependant, actuellement, le principal moyen utilisé par les entreprises pour contacter les consommateurs est Internet. Le rôle des réseaux sociaux est particulièrement important, car c'est là que les principales marques génèrent du contenu et des interactions avec le public. A ce jour, Instagram et Facebook sont les réseaux sociaux les plus pertinents pour communiquer avec les consommateurs.

15. Grey Goose a gagné de nombreux adeptes ces dernières années via ces différents réseaux :

- 339 000 abonnés sur Instagram.
- 2 442 143 abonnés sur Facebook.
- 89 000 abonnés sur Twitter.
- 27 400 abonnés sur YouTube.

16. Pour avoir une meilleure idée de la signification de ces chiffres, vous trouverez ci-dessous des informations descriptives sur les abonnés sur Instagram de marques bien connues dans le secteur des boissons :

| Marques | Abonnés sur Instagram |
|--------------------------|-----------------------|
| Martini | 140,000 |
| Beefeater | 78,100 |
| Jägermeister UK + España | 98,300 |
| Mahou | 51,200 |
| Absolut vodka | 301,000 |
| Smirnoff vodka | 205,000 |

17. Ce nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux n'a été atteignable que grâce à une présence importante du produit sur le marché, ainsi qu'à une promotion considérable. Les sections suivantes donnent quelques exemples promotionnels de Bacardi qui confirment la cohérence des chiffres exprimés jusqu'à présent, à la fois en ce qui concerne l'investissement réalisé et les adeptes sur Internet.

- **Grey Goose a parrainé de nombreux événements et festivités à fort impact médiatique.**

18. Bacardí se distingue comme un grand sponsor dans le monde du cinéma, en particulier dans les festivals de films les plus importants et les plus glamour du monde. Par exemple, Grey Goose était le sponsor principal du Festival du film de mode de Milan en 2018 et a présenté le "Hommage Live the Grey Goose moment".



19. En 2010, Bacardi a même commencé en tant que sponsor et boisson officielle du Festival international du film de Sundance, qui est considéré comme le plus grand festival de films indépendants au monde, et attire de nombreuses stars hollywoodiennes. Le 25 janvier 2010, le journal ANALÍTICA présentait ce festival comme suit :

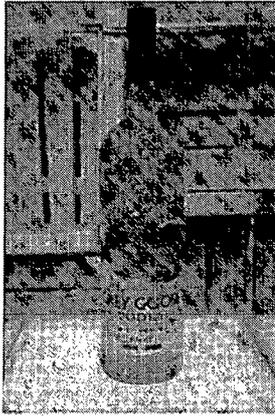
*« Classé comme le plus grand espace au monde pour le cinéma indépendant, le Sundance Film Festival rassemble de grandes stars hollywoodiennes désireuses de profiter de matériel original, tandis que **Grey Goose soutient l'événement pour la première fois.** De plus, la marque de luxe de la vodka est l'hôte officiel des Premières, des interviews et des cocktails pendant le festival et ravit les participants avec les cocktails les plus exclusifs soir après soir. »*

20. En Espagne, elle a été sponsor de la cérémonie du Silver Photogrammetry Award 2018 :



21. Au même moment, Grey Goose a également fait des incursions dans le monde de la musique. Grey Goose a été le sponsor du célèbre festival de musique organisé à Marbella chaque été, Le Starlite, auquel assistent de nombreuses célébrités espagnoles.

22. Dans l'édition 2015 de Starlite, avec Antonio Banderas comme hôte, un tirage au sort a été organisé pour gagner une bouteille de Grey Goose signée par d'autres célébrités.



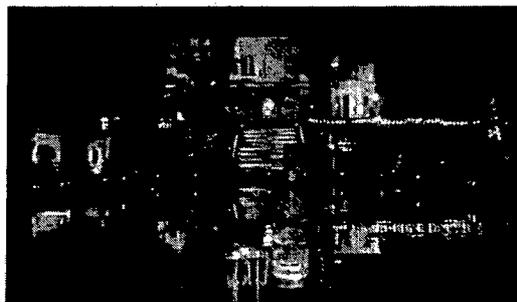
23. Dans le cadre des galas de charité, Grey Goose a également participé en 2010 en tant que sponsor officiel des boissons de la Elton John AIDS Foundation, qui organise l'événement caritatif connu sous le nom de "White Tie & Tiara Summer Ball" en Angleterre. Lors de cet événement, Grey Goose a proposé différents cocktails conçus exclusivement pour cet événement :



24. Grey Goose était le sponsor du Festival de Cannes dans son édition 2010, avec la couverture médiatique conséquente. Le journal LOS EDITORES, le 19 mai 2010, a défini cet événement comme

« Grey Goose, la vodka de luxe préférée au monde, a été présentée aux récents Oscars et réitère aujourd'hui le succès au Festival de Cannes.

Il a été le co-sponsor d'un certain nombre d'événements pendant le Festival. Pour l'occasion, l'ambassadeur mondial de Grey Goose, Dimitri Lezinska, a créé une collection de cocktails, qui comprend Grey Goose Rendez-Vous orné de paillettes dorées et l'expérience gustative de la mûre, le tout réuni dans le cocktail spécial Magic Hour Martini. »



25. En plus du cinéma et de la musique, Grey Goose a également organisé des événements promotionnels dans le secteur de la mode. En ce sens, l'année dernière, elle a de nouveau été l'une des marques de sponsor de la 70e édition de la Mercedes Benz Fashion Week à Madrid, comme on a pu le lire récemment :

La marque de vodka super premium Grey Goose sponsorise la 70e édition de MBFWMadrid

Grey Goose®, la marque de vodka super premium, sera l'un des sponsors de la 70e édition de la Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, le grand défilé de mode espagnol organisé par IFEMA, où seront présentées les créations des designers espagnols les plus renommés. Le défilé aura lieu du 5 au 10 juillet dans le Hall 14.1 de la Feria de Madrid et ailleurs dans Madrid.

Gray Goose® revient sur cet événement après avoir été sponsor il y a des années, avec un espace dans la Kissing Room de MBFWMadrid, où ses invités pourront trinquer au succès de sa collection.

Grey Goose® est une référence de luxe et de qualité grâce à ses caractéristiques et son processus de production. Il est entièrement fabriqué en France, de la récolte à la mise en bouteille, en passant par le broyage et la distillation.

A travers son nouveau concept CELÉBRATE, Grey Goose® souhaite apporter à ses consommateurs ce qu'ils recherchent actuellement dans les marques de luxe. La satisfaction personnelle ne s'obtient plus en impressionnant les autres, mais en célébrant de manière proche et authentique les moments qui comptent le plus pour chacun, et ce, qu'ils soient grands ou petits, planifiés ou spontanés.

26. Enfin, Grey Goose a également parrainé divers événements sportifs. Par exemple, il a été sponsor en 2011 du Santa María Polo Club, l'une des compétitions les plus importantes au monde du calendrier de polo et un incontournable pour les fans et les joueurs d'Espagne et d'autres pays. C'est ce que relate DIARIO SUR dans son article du 16 août 2011 :

Le Santa María Polo Club souligne "l'importance de nos sponsors qui, avec leur soutien et leurs efforts, ont fait de cette compétition l'une des plus importantes du calendrier mondial du polo et un incontournable pour les fans et les joueurs d'Espagne, de France, d'Angleterre, des États-Unis, la Colombie, l'Argentine, la Belgique, le Brunei et bien d'autres, qui trouvent dans la municipalité de Cadix l'endroit idéal pour pratiquer ce sport".

Parmi les sponsors figurent BMW en tant que sponsor principal, Nespresso comme sponsor Gold Cup, Hublot comme sponsor Silver Cup et Official Watch, Sapphire Networks comme sponsor Bronze Cup, Veuve Clicquot comme Official Champagne, ABN AMRO Private Banking comme Official Bank, Valecuatro comme sponsor Medium Handicap, González Byass, Grey Goose et Bacardi dans la catégorie Produits officiels, et Matork, Fanstudio et Agro jardín dans la catégorie Fournisseurs officiels.

27. Il a également été l'image de grandes compétitions dans le monde du tennis. Par exemple, en finale du Tournoi International de Tennis "Copa Casa de Campo" en 2019 l'année dernière ou, pour la dixième année consécutive, l'un des sponsors de l'US OPEN de 2020 :



US open BUNDESLIGA SERIE FLORIS ETROUWEN NICKA REVA MOETI PESTI 87

Partners



- **Événements organisés par Grey Goose.**

28. En plus des parrainages indiqués, mon entreprise a organisé des événements auxquels ont participé des invités de renom :

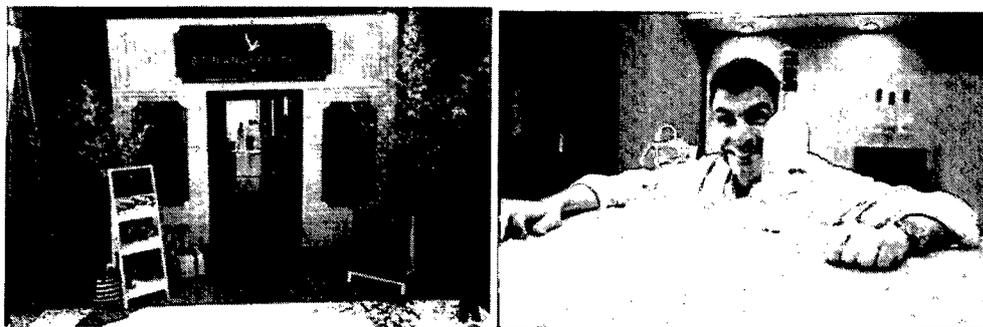
29. Par exemple, depuis 2008, Grey Goose est en charge de l'organisation de l'after party des BAFTA (Orange British Academy Film Awards). Ce Gala est le plus grand festival de récompenses du cinéma britannique auquel assistent chaque année de grandes stars du cinéma (Brad Pitt, Angelina Jolie, Naomi Campbell, Cate Blanchett...)



30. Elle a également été chargée d'organiser des concours où se sont rencontrés des experts en cocktails. Concrètement, elle a organisé en 2013 le « Concours Grey Goose® 10 » dans la ville de Cognac :



31. En 2016, il a organisé la célèbre "la Boulangerie Bleue⁰", un événement qui cherchait à recréer l'atmosphère de la Côte d'Azur et où Grey Goose a offert ses cocktails préparés par Ramón Freixa Riera, chef récompensé de deux étoiles Michelin et trois Soleils Repsol . L'événement a eu lieu dans des villes telles que New York, Paris, Toronto, Munich et Los Angeles, et s'est tenu à Madrid les 15 et 16 août 2016.



32. En juillet 2017, Grey Goose a réuni les meilleurs chefs et barmen (dont le chef 3 étoiles Michelin Quique Dacosta, et Miguel Pérez chef barman du bar à cocktails Solangeen) dans un projet pionnier appelé « Atelier of Taste » qui s'est tenu dans le centre de Madrid, au Musée Lázaro Galdiano, et à Barcelone, au Poisson Rouge. Cet événement consistait à recréer un cinéma d'été à l'ambiance française où le public pouvait déguster sa vodka Grey Goose.



33. En collaboration avec l'école de cuisine Kitchen Club, Grey Goose a donné un master class de cuisine auquel ont assisté certains des meilleurs barmans du pays :



- **Célébrités et Grey Goose.**

34. Compte tenu des répercussions de ces événements en France, il est courant de trouver des photographies de célébrités liées à Grey Goose, tant pour leur participation aux événements susmentionnés que pour le succès intrinsèque du produit. Cette tendance a été reprise par le magazine SModa à El País le 20 octobre 2019 dans son article Comment une vodka française à base de blé est devenue la préférée des célébrités. <https://smoda.elpais.com/celebrities/vips/vodka-grey-goose-favorito-celebrities/> mettant en vedette de nombreuses stars internationales.

35. Nous reproduisons ci-dessous un extrait de l'article tant il est particulièrement révélateur, ainsi que certaines des photographies qui l'accompagnaient :

"Les comédiens sont très exigeants sur la qualité et sont prêts à payer pour quelque chose de cher, mais il faut que ce soit bon", confie à S Moda François Thibault, son créateur, assis dans l'un des couloirs de la maison que possède Grey Goose sur la périphérie du petit village de Juillac-le-Coq, au milieu de la campagne française. En plus de sponsoriser plusieurs afters des Oscars ou d'être présente dans des festivals comme Cannes ou Toronto, la vodka ne manque pas dans le minibar personnel de nombreuses stars. Un contrat d'avant-concert avec Drake qui avait fuité il y a quelques années montrait que le rappeur aime avoir une bouteille dans sa loge et a même fêté ses 24 ans lors d'une soirée organisée aux côtés de la marque. Nicole Kidman, Britney Spears ou la créatrice Vera Wang ont été immortalisées en buvant le précieux nectar. « A partir de la marque, nous ne recherchons généralement pas de célébrités à associer, mais nous avons réalisé des éditions spéciales avec des chefs comme Alain Ducasse », explique le maître de chai.

36. Certaines photographies extraites de l'article sont reproduites :

| | |
|---|--|
| <p>Chef Ludo Lefebvre et Nicole Kidman lors d'un événement Grey Goose</p> |  |
| <p>Le rappeur Drake prétend avoir besoin d'une bouteille de cette boisson avant de se produire</p> |  |
| <p>Casey Affleck, Michelle Williams et Matt Damon lors d'un événement Grey Goose</p> |  |

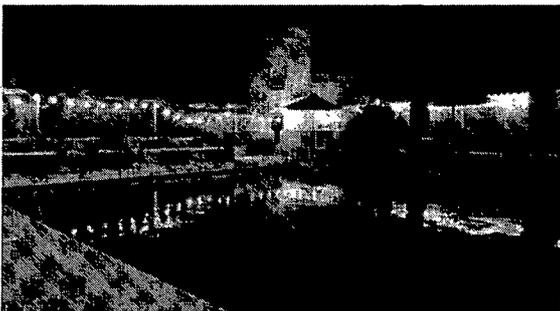


- **Le Logis.**

37. La maison Grey Goose ou Le Logis sont autant de symboles de l'importance de l'investissement que constitue la marque Grey Goose. Cette demeure seigneuriale construite au XVII^e siècle se situe dans la région de Juillac-le-Coq, à proximité de la distillerie et des usines d'embouteillage Grey Goose. Il a été racheté par Grey Goose en 2012 et ouvert en 2014. Aujourd'hui, c'est l'un des logos de la marque et fait office d'hôtel particulier où vous pouvez organiser des événements, des réunions, inviter des amis de l'entreprise ou des professionnels de l'industrie des boissons.

38. La marque et les symboles de l'entreprise se retrouvent dans toute la maison, car elle a réussi à devenir une icône représentant Grey Goose. Les invités de ce manoir découvrent la fabrication de la vodka Grey Goose et dégustent ses différentes variétés et cocktails.

39. Ci-dessous quelques photos du "Le Logis":



C. Publications de tiers.

40. Tout cet effort pour se faire connaître a été reconnu par les médias. Avec une simple recherche Google, vous pouvez trouver une multitude d'articles de journaux, de magazines en ligne et de blogs où la qualité et le prestige de la vodka Grey Goose se démarquent. Par exemple:

- Le magazine FORBES, à large diffusion internationale, a organisé une interview avec le vice-président de Grey Goose le 26 mai 2020 :

Grey Goose n'est pas seulement l'une des vodkas premium les plus vendues sur le marché. C'était aussi l'un des premiers.

(...)

En 2004, moins de sept ans après sa mise sur le marché, Bacardi a acheté Grey Goose pour 2,2 milliards de dollars. Aujourd'hui, la vodka qui demeure populaire produit plus de 2 millions de caisses par an.

- Le 27 septembre 2006, de BUSINESSWIRE, il a défini Grey Goose comme suit

Bacardi Limited est la plus grande entreprise privée de spiritueux au monde. Elle produit et commercialise une variété de spiritueux internationalement reconnus. Le portefeuille de marques de Bacardi Limited comprend plus de 250 marques et labels, dont Bacardi Rum, le rhum préféré au monde ; le vermouth MARTINI & ROSSI, le premier vermouth au monde ; la vodka Grey Goose, la vodka ultra-premium la plus vendue ; le whisky DEWAR'S, le whisky écossais le plus vendu aux États-Unis ; le gin BOMBAY SAPPHIRE, le gin super premium le plus vendu aux États-Unis ; la tequila CAZADORES, la tequila 100 % agave bleu la plus vendue au monde ; et d'autres marques renommées.

- Le magazine SNOB a publié le 6 août 2014 un article « À la rencontre des 14 marques d'alcool les plus précieuses au monde », dans lequel il précisait

Grey Goose | Valeur estimée à 1,12 milliard de dollars

En fait, bien que Grey Goose veuille nous faire croire qu'il s'agit d'une boisson française pour qu'elle sonne un peu plus luxueuse, c'est une boisson créée par un américain du nom de Sidney Frank. Elle est produite à Cognac, en France, ce qui induit l'idée d'une liqueur très agréable et supérieure aux autres. Elle a tout à fait atteint son objectif, qui était de créer une marque exclusive de vodka, et c'est aujourd'hui ce qui la place parmi les plus précieuses au monde.

- Le 17 octobre 2015, le journal ABC a consacré un article au nouveau lancement de Grey Goose VX où il l'a présenté comme

Une vodka élevée au plus haut niveau

(...) Thibault a franchi une nouvelle étape en créant ce VX avec l'ajout de quelques gouttes de cognac de grande qualité à base de raisins de la région de Champagne, appelé "ugni blanc", qui sont réservés aux meilleures marques. Le résultat est une boisson de luxe, avec une production très limitée...

- Un autre journal espagnol important, cette fois EL PAÍS, dans sa section "S MODA" a fait référence à ma vodka avec le titre suivant du 20 octobre 2019. Cet article a été reproduit ci-dessus.

D. Prix et reconnaissance.

41. Enfin, il faut souligner que la qualité de Grey Goose Vodka n'est pas seulement reconnue par les magazines, opinions, blogs ou réseaux sociaux. Ce produit vedette a également reçu plusieurs prix et reconnaissances :

- Le Beverage Testing Institute de Chicago a décerné à Grey Goose la reconnaissance de la meilleure vodka avec le « Meilleur goût du monde » en 1998.
- Le Championnat du monde des spiritueux lui a décerné une médaille de platine en 1998.
- En 2007, Grey Goose a reçu le prix "Number One Vodka" par The Luxury Institute.



- Le classement 2015 de Drinks International reconnaît Grey Goose comme la deuxième vodka la plus vendue dans le classement des marques les plus vendues. Il prend également l'argent dans le classement des marques de vodka les plus en vogue.
- Le magazine « The Manual » a inclus la vodka Grey Goose (dans son édition spéciale) parmi les meilleures « Vodkas de table » en 2020.
- Meilleure vodka « à offrir » et sixième place parmi les meilleures vodkas pour blends selon le classement du magazine « Best » dans son article du 27 août 2020.
- Le célèbre Guide Peñín l'a évalué en 2012 dans son Guide avec 93 points sur 100.

42. Tout cela prouve la réputation de Grey Goose, un fait connu de la défenderesse, qui cherche à exploiter la réputation de la requérante en commercialisant son produit FIRE&ICE sous un habillage commercial très similaire.

LEGAL IWSR Request

| Region | Country | Brand | VOLUME IN CASES | | | | | | | | | | REVENUE IN THOUSANDS | | | | | | | | | | | | |
|--------|----------------------------|-------------------------|-----------------|-------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-------|-------|-------|
| | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 | 2031 | 2032 | 2033 | 2034 | 2035 | 2036 | 2037 | 2038 | 2039 | 2040 | | |
| W.EUR | France | Other | 587.3 | 541.8 | 538.1 | 511.5 | 489.9 | 479.0 | 511.5 | 500.4 | 511.3 | 442.4 | \$80,457 | \$78,432 | \$72,189 | \$78,017 | \$68,243 | \$55,944 | \$63,736 | \$65,361 | \$70,241 | \$58,603 | | | |
| W.EUR | France | Absolut Vodka | 204.0 | 212.0 | 236.0 | 263.0 | 272.4 | 271.0 | 300.2 | 319.3 | 327.3 | 363.6 | \$49,549 | \$57,908 | \$60,101 | \$73,146 | \$76,876 | \$63,752 | \$69,750 | \$74,868 | \$79,151 | \$88,095 | | | |
| W.EUR | France | Eristoff Vodka | 393.0 | 410.0 | 395.0 | 435.0 | 390.5 | 375.0 | 352.0 | 341.8 | 330.0 | 307.3 | \$71,142 | \$82,774 | \$73,045 | \$88,981 | \$79,678 | \$61,913 | \$57,523 | \$55,828 | \$57,079 | \$54,745 | | | |
| W.EUR | France | Grey Goose Vodka | 21.5 | 27.0 | 32.0 | 37.0 | 45.0 | 56.5 | 65.4 | 71.4 | 78.9 | 76.4 | \$14,246 | \$18,830 | \$20,624 | \$23,824 | \$28,099 | \$29,536 | \$33,810 | \$39,727 | \$42,754 | \$37,691 | | | |
| W.EUR | France | Smirnoff Vodka | 234.3 | 237.2 | 222.0 | 248.9 | 215.3 | 196.5 | 178.8 | 158.9 | 143.2 | 134.7 | \$49,165 | \$53,889 | \$45,016 | \$53,718 | \$46,608 | \$33,380 | \$30,009 | \$27,627 | \$26,332 | \$23,499 | | | |
| W.EUR | France | Belvedere Vodka | 12.0 | 15.0 | 20.0 | 23.5 | 28.0 | 34.0 | 43.0 | 49.3 | 54.0 | 56.0 | \$7,970 | \$10,461 | \$12,890 | \$15,833 | \$18,660 | \$18,509 | \$24,028 | \$29,048 | \$31,991 | \$31,509 | | | |
| W.EUR | France | Ciroc Vodka | 0.1 | 0.0 | 0.3 | 2.0 | 3.5 | 3.5 | 2.3 | 8.3 | 11.0 | 15.4 | \$29 | \$0 | \$193 | \$1,434 | \$2,649 | \$2,072 | \$1,372 | \$4,664 | \$6,637 | \$10,063 | | | |
| W.EUR | France | Level Vodka | 0.2 | 0.0 | 0.0 | - | - | - | - | - | - | - | \$133 | \$0 | \$0 | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | | | |
| W.EUR | France | Pollakov Vodka | 725.0 | 920.0 | 1,014.0 | 1,020.0 | 1,179.0 | 1,266.0 | 1,257.0 | 1,274.0 | 1,250.0 | 1,262.0 | ##### | ##### | ##### | ##### | ##### | ##### | ##### | ##### | ##### | ##### | ##### | ##### | ##### |
| W.EUR | France | Sky Vodka | 2.0 | 2.8 | 4.0 | 4.0 | 3.5 | 3.0 | 2.0 | 2.0 | 1.3 | 1.0 | \$476 | \$737 | \$1,123 | \$1,246 | \$1,128 | \$805 | \$535 | \$545 | \$355 | \$287 | | | |
| W.EUR | France | Stolichnaya Vodka (SPI) | 5.0 | 11.0 | 14.0 | 11.3 | 15.5 | 15.5 | 14.8 | 13.5 | 4.3 | 3.9 | \$1,106 | \$2,555 | \$3,373 | \$3,019 | \$4,023 | \$3,856 | \$3,558 | \$3,264 | \$980 | \$788 | | | |
| W.EUR | France | Wyborowa Vodka | 73.3 | 72.8 | 68.5 | 59.6 | 54.1 | 49.9 | 50.1 | 50.8 | 46.1 | 46.4 | \$16,071 | \$17,357 | \$15,062 | \$13,930 | \$12,470 | \$9,676 | \$9,485 | \$9,933 | \$10,433 | \$9,841 | | | |
| W.EUR | France | Amundsen Vodka | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 0.3 | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- |
| W.EUR | France | Finlandia Vodka | - | - | - | 0.8 | 1.1 | 1.0 | 0.8 | 1.6 | 1.0 | 1.5 | \$- | \$- | \$- | \$- | \$254 | \$362 | \$275 | \$215 | \$462 | \$334 | \$431 | | |
| W.EUR | France | Russian Standard Vodka | 35.8 | 41.3 | 44.4 | 39.5 | 30.3 | 23.6 | 22.9 | 22.1 | 20.6 | 15.8 | \$8,127 | \$9,960 | \$12,207 | \$9,783 | \$7,417 | \$5,002 | \$4,758 | \$4,964 | \$4,932 | \$3,237 | | | |
| W.EUR | France | Svedka Vodka | 1.0 | 0.2 | 0.0 | - | - | - | - | - | - | - | \$238 | \$50 | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- |
| W.EUR | France | Tito's Vodka | - | - | - | - | 0.5 | 0.7 | 0.7 | 0.7 | 1.0 | 1.0 | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$177 | \$303 | \$330 | \$475 | | | |
| W.EUR | France | Zubrowka Vodka | 80.0 | 81.8 | 70.0 | 62.0 | 63.0 | 75.0 | 79.8 | 83.0 | 112.0 | 153.5 | \$19,413 | \$20,817 | \$17,514 | \$16,800 | \$16,822 | \$17,265 | \$17,430 | \$18,441 | \$22,571 | \$29,139 | | | |
| W.EUR | France | 42 Below Vodka | - | - | - | 0.7 | 1.5 | 1.0 | 0.0 | - | - | 1.5 | \$- | \$- | \$- | \$- | \$205 | \$493 | \$284 | \$0 | \$- | \$431 | | | |
| W.EUR | France | Akademicka Vodka | - | - | - | - | - | - | 1.6 | 2.4 | 2.7 | 2.5 | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$385 | \$588 | \$693 | \$631 | | | |
| W.EUR | France | Beluga Vodka | - | - | - | - | 1.0 | 1.5 | 1.8 | 2.0 | 2.0 | 1.9 | \$- | \$- | \$- | \$- | \$837 | \$1,049 | \$1,068 | \$1,406 | \$1,446 | \$1,457 | | | |
| W.EUR | France | Danzka Vodka | 2.0 | 2.3 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | - | - | - | - | - | \$425 | \$523 | \$429 | \$0 | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- |
| W.EUR | France | Ketel One Vodka | 0.6 | 0.6 | 0.7 | 0.9 | 1.4 | 2.3 | 2.8 | 3.3 | 3.9 | 4.8 | \$318 | \$285 | \$335 | \$305 | \$484 | \$738 | \$978 | \$1,220 | \$1,573 | \$1,816 | | | |
| W.EUR | France | Sobieski Vodka | 286.4 | 271.0 | 263.5 | 341.5 | 335.8 | 336.3 | 395.3 | 430.3 | 405.3 | 355.3 | \$45,695 | \$47,068 | \$42,636 | \$62,705 | \$61,303 | \$47,910 | \$55,218 | \$60,536 | \$57,190 | \$58,991 | | | |
| W.EUR | France | Zoladzka Gorka Vodka | - | - | - | - | 0.8 | 0.5 | 1.0 | 0.5 | 1.0 | 0.9 | \$- | \$- | \$- | \$- | \$141 | \$78 | \$156 | \$87 | \$220 | \$238 | | | |
| W.EUR | France | Imperial Gold Vodka | - | - | - | - | 0.8 | 1.0 | 1.3 | 1.5 | 1.5 | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$213 | \$255 | \$306 | \$374 | \$357 | | | |
| W.EUR | France | Royalty Vodka | 0.0 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | \$0 | \$0 | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- |
| W.EUR | France | Tovaritch Vodka | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 1.0 | 1.0 | 1.0 | 1.0 | 1.0 | 0.8 | 1.0 | \$72 | \$80 | \$74 | \$189 | \$189 | \$160 | \$227 | \$261 | \$216 | \$274 | | | |
| W.EUR | France | Seagram's Vodka | 0.0 | 0.0 | - | - | - | - | - | - | - | - | \$0 | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- |
| W.EUR | France | Zytnia Vodka | - | - | - | 2.0 | 2.0 | 2.0 | 2.0 | 1.8 | 1.5 | 1.5 | \$- | \$- | \$- | \$358 | \$358 | \$314 | \$313 | \$319 | \$319 | \$303 | | | |
| W.EUR | France | Mamont Vodka | - | - | - | - | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 0.7 | 0.6 | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$192 | \$192 | \$195 | \$456 | \$403 | | | | |
| W.EUR | France | Oddka Vodka | - | - | - | 12.0 | 5.5 | 0.0 | - | - | - | - | \$- | \$- | \$- | \$2,108 | \$1,063 | \$0 | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- |
| W.EUR | France | Orloff Vodka | 36.0 | 59.0 | 45.0 | 44.5 | 42.5 | 41.0 | 37.5 | 32.5 | 27.5 | 26.3 | \$4,279 | \$10,540 | \$7,749 | \$8,996 | \$8,585 | \$6,921 | \$6,128 | \$5,413 | \$4,800 | \$4,351 | | | |
| W.EUR | France | Fair Vodka | - | - | - | - | - | - | - | 0.5 | 1.4 | 1.7 | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$246 | \$723 | \$783 | | | |
| W.EUR | France | Petrov Vodka Eco Pouch | - | - | - | - | - | - | 2.1 | 1.7 | 1.5 | 1.3 | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$298 | \$246 | \$228 | \$189 | | | |
| W.EUR | France | Squadron 303 Vodka | - | - | - | - | - | - | - | 0.5 | 0.5 | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$394 | \$368 | | | |
| W.EUR | France | Wisent Vodka | 18.3 | 12.3 | 9.0 | 10.0 | 10.0 | 6.8 | 6.0 | 5.0 | 4.8 | 4.5 | \$3,288 | \$2,394 | \$1,657 | \$2,066 | \$2,160 | \$1,218 | \$1,062 | \$907 | \$885 | \$796 | | | |
| W.EUR | France | Idol Vodka | 0.0 | 0.0 | - | - | - | - | - | - | - | - | \$0 | \$0 | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- |
| GTR | France Business Unit - GTR | Nemiroff Vodka | - | - | - | - | - | - | - | 0.0 | 0.0 | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- |
| GTR | France Business Unit - GTR | Other | 1.7 | 1.6 | 1.4 | 1.7 | 1.5 | 1.4 | 1.6 | 1.3 | 1.3 | \$386 | \$388 | \$332 | \$418 | \$410 | \$328 | \$382 | \$325 | \$334 | \$320 | | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Absolut Vodka | 13.1 | 11.5 | 8.6 | 9.8 | 10.4 | 11.7 | 13.6 | 11.2 | 10.2 | 10.5 | \$2,767 | \$2,552 | \$1,835 | \$2,276 | \$2,440 | \$2,299 | \$2,715 | \$2,319 | \$2,258 | \$2,201 | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Eristoff Vodka | 1.1 | 1.3 | 1.5 | 1.5 | 1.2 | 0.9 | 0.6 | 0.5 | 0.4 | - | \$155 | \$187 | \$199 | \$198 | \$179 | \$109 | \$80 | \$66 | \$55 | \$- | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Grey Goose Vodka | 1.5 | 2.0 | 2.4 | 2.9 | 2.8 | 2.6 | 2.4 | 2.5 | 2.9 | 2.7 | \$682 | \$935 | \$1,055 | \$1,404 | \$1,647 | \$1,275 | \$1,137 | \$1,249 | \$1,577 | \$1,397 | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Smirnoff Vodka | 9.8 | 9.5 | 9.8 | 10.6 | 11.4 | 8.5 | 13.3 | 10.7 | 8.3 | 9.4 | \$1,636 | \$1,675 | \$1,671 | \$1,987 | \$2,217 | \$1,541 | \$2,355 | \$1,955 | \$1,602 | \$1,732 | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Belvedere Vodka | 0.6 | 0.5 | 0.8 | 0.8 | 0.8 | 1.1 | 1.0 | 1.1 | 1.1 | 1.0 | \$250 | \$217 | \$340 | \$389 | \$388 | \$450 | \$431 | \$484 | \$543 | \$475 | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Ciroc Vodka | 0.2 | 0.3 | 0.3 | 0.4 | 0.7 | 0.8 | 0.9 | 1.2 | 1.7 | 2.0 | \$73 | \$115 | \$130 | \$179 | \$336 | \$316 | \$395 | \$517 | \$761 | \$906 | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Pollakov Vodka | - | - | - | - | - | - | 0.5 | 0.7 | 1.6 | 1.3 | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$67 | \$96 | \$234 | \$184 | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Sky Vodka | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.6 | 1.0 | 1.0 | 1.0 | \$241 | \$253 | \$233 | \$251 | \$269 | \$230 | \$258 | \$168 | \$181 | \$177 | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Stolichnaya Vodka (SPI) | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 1.4 | 1.5 | 1.9 | 0.4 | 0.1 | \$57 | \$60 | \$67 | \$75 | \$76 | \$262 | \$282 | \$374 | \$73 | \$10 | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Vladivar Vodka | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | - | - | - | - | \$1 | \$1 | \$2 | \$2 | \$45 | \$2 | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- |
| GTR | France Business Unit - GTR | Wyborowa Vodka | 0.3 | 0.1 | - | 0.0 | 0.0 | - | - | 0.0 | - | - | \$54 | \$8 | \$- | \$- | \$2 | \$1 | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- | \$- |
| GTR | France Business Unit - GTR | Finlandia Vodka | 3.0 | 2.7 | 4.1 | 4.8 | 4.1 | 4.4 | 3.9 | 0.6 | 0.3 | 0.3 | \$551 | \$515 | \$781 | \$976 | \$770 | \$707 | \$615 | \$102 | \$60 | \$43 | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Russian Standard Vodka | 0.3 | 0.7 | 0.7 | 0.8 | 1.0 | 1.0 | 1.0 | 1.0 | 1.1 | 1.1 | \$64 | \$163 | \$173 | \$203 | \$254 | \$218 | \$219 | \$244 | \$269 | \$231 | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Zubrowka Vodka | 1.7 | 1.3 | 1.5 | 1.6 | 2.5 | 2.3 | 2.6 | 2.8 | 2.7 | 2.5 | \$329 | | | | | | | | | | | | |



GTR France Business Unit - GTR Ketel One Vodka 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 6 \$ 8 \$ 2 \$ 1 \$ \$ \$ \$ \$

Traduction

| Rég. n° | Market | Brand | Volume (KOP Lit) | | | | | | | | | | | REV (USD \$) (thousands) | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------|----------------------------|-------------------------|------------------|-------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|--------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-------|-------|-------|-------|------|
| | | | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
| Europe de l'Ouest | France | Autres | 587.3 | 541.8 | 538.1 | 511.5 | 489.9 | 479.0 | 511.5 | 500.4 | 511.3 | 442.4 | \$80 457 | \$78 432 | \$72 189 | \$78 017 | \$68 243 | \$55 944 | \$63 736 | \$65 361 | \$70 241 | \$58 603 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Absolut Vodka | 204.0 | 212.0 | 236.0 | 263.0 | 272.4 | 271.0 | 300.2 | 319.3 | 327.3 | 363.6 | \$49 549 | \$57 908 | \$60 101 | \$73 146 | \$76 876 | \$63 752 | \$69 750 | \$74 868 | \$79 151 | \$88 095 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Eristoff Vodka | 393.0 | 410.0 | 395.0 | 435.0 | 390.5 | 375.0 | 352.0 | 341.8 | 330.0 | 307.3 | \$71 142 | \$82 774 | \$73 045 | \$88 981 | \$79 678 | \$61 913 | \$57 523 | \$55 828 | \$57 079 | \$54 745 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Grey Goose Vodka | 21.5 | 27.0 | 32.0 | 37.0 | 45.0 | 56.5 | 65.4 | 71.4 | 78.9 | 76.4 | \$14 246 | \$18 830 | \$20 624 | \$23 824 | \$28 099 | \$29 536 | \$33 810 | \$39 727 | \$42 754 | \$37 691 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Smirnoff Vodka | 234.3 | 237.2 | 222.0 | 248.9 | 215.3 | 196.5 | 178.0 | 158.9 | 143.2 | 134.7 | \$49 165 | \$53 889 | \$45 016 | \$53 718 | \$46 608 | \$33 380 | \$30 009 | \$27 627 | \$26 332 | \$23 499 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Belvedere Vodka | 12.0 | 15.0 | 20.0 | 23.5 | 28.0 | 34.0 | 43.0 | 49.3 | 54.0 | 56.0 | \$ 7 970 | \$10 461 | \$12 890 | \$15 833 | \$18 660 | \$18 509 | \$24 028 | \$29 048 | \$31 991 | \$31 509 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Ciroc Vodka | 0.1 | 0.0 | 0.3 | 2.0 | 3.5 | 3.5 | 2.3 | 8.3 | 11.0 | 15.4 | \$ 29 | \$ 0 | \$ 193 | \$ 1 434 | \$ 2 649 | \$ 2 072 | \$ 1 372 | \$ 4 664 | \$ 6 637 | \$10 063 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Level Vodka | 0.2 | 0.0 | 0.0 | - | - | - | - | - | - | - | \$ 133 | \$ 0 | \$ 0 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Polakov Vodka | 725.0 | 920.0 | 1 014.0 | 1 020.0 | 1 179.0 | 1 266.0 | 1 257.0 | 1 274.0 | 1 250.0 | 1 262.0 | ##### | ##### | ##### | ##### | ##### | ##### | ##### | ##### | ##### | ##### | ##### | ##### | ##### | ##### | |
| Europe de l'Ouest | France | Skyy Vodka | 2.0 | 2.8 | 4.0 | 4.0 | 3.5 | 3.0 | 2.0 | 2.0 | 1.3 | 1.0 | \$ 476 | \$ 737 | \$ 1 123 | \$ 1 246 | \$ 1 128 | \$ 805 | \$ 535 | \$ 545 | \$ 355 | \$ 287 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Stolichnaya Vodka (SPI) | 5.0 | 11.0 | 14.0 | 11.3 | 15.5 | 15.5 | 14.8 | 13.5 | 4.3 | 3.9 | \$ 1 106 | \$ 2 555 | \$ 3 373 | \$ 3 019 | \$ 4 023 | \$ 3 856 | \$ 3 558 | \$ 3 264 | \$ 980 | \$ 788 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Wyborowa Vodka | 73.3 | 72.8 | 68.5 | 59.6 | 54.1 | 49.9 | 50.1 | 50.8 | 46.1 | 46.4 | \$16 071 | \$17 357 | \$15 062 | \$13 930 | \$12 470 | \$ 9 676 | \$ 9 485 | \$ 9 933 | \$10 433 | \$ 9 841 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Amundsen Vodka | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 0.3 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Europe de l'Ouest | France | Finlandia Vodka | - | - | - | 0.8 | 1.1 | 1.0 | 0.8 | 1.6 | 1.0 | 1.5 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 254 | \$ 362 | \$ 275 | \$ 215 | \$ 462 | \$ 334 | \$ 431 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Russian Standard Vodka | 35.8 | 41.3 | 44.4 | 39.5 | 30.3 | 23.6 | 22.9 | 22.1 | 20.6 | 15.8 | \$ 8 127 | \$ 9 960 | \$12 207 | \$ 9 783 | \$ 7 417 | \$ 5 002 | \$ 4 758 | \$ 4 964 | \$ 4 932 | \$ 3 237 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Svedka Vodka | 1.0 | 0.2 | 0.0 | - | - | - | - | - | - | - | \$ 238 | \$ 50 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Tito's Vodka | - | - | - | - | - | - | 0.5 | 0.7 | 0.7 | 1.0 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | |
| Europe de l'Ouest | France | Zubrowka Vodka | 80.0 | 81.8 | 70.0 | 62.0 | 63.0 | 75.0 | 79.8 | 83.0 | 112.0 | 153.5 | \$19 413 | \$20 817 | \$17 514 | \$16 800 | \$16 822 | \$17 265 | \$17 430 | \$18 441 | \$22 571 | \$29 139 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | 42 Below Vodka | - | - | - | 0.7 | 1.5 | 1.0 | 0.0 | - | - | - | 1.5 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 205 | \$ 493 | \$ 284 | \$ 0 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Europe de l'Ouest | France | Akademicka Vodka | - | - | - | - | - | - | 1.6 | 2.4 | 2.7 | 2.5 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 385 | \$ 588 | \$ 693 | \$ 631 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Beluga Vodka | - | - | - | - | 1.0 | 1.5 | 1.8 | 2.0 | 2.0 | 1.9 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 837 | \$ 1 049 | \$ 1 068 | \$ 1 406 | \$ 1 446 | \$ 1 457 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Danzka Vodka | 2.0 | 2.3 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | - | - | - | - | - | \$ 425 | \$ 523 | \$ 429 | \$ 0 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Ketel One Vodka | 0.6 | 0.6 | 0.7 | 0.9 | 1.4 | 2.3 | 2.8 | 3.3 | 3.9 | 4.8 | \$ 318 | \$ 285 | \$ 335 | \$ 305 | \$ 484 | \$ 738 | \$ 978 | \$ 1 220 | \$ 1 573 | \$ 1 816 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Sobieski Vodka | 286.4 | 271.0 | 263.5 | 341.5 | 335.8 | 336.3 | 395.3 | 430.3 | 405.3 | 355.3 | \$45 695 | \$47 068 | \$42 636 | \$62 705 | \$61 303 | \$47 910 | \$55 218 | \$60 536 | \$57 190 | \$58 991 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Zoladkova Gorzka Vodka | - | - | - | - | 0.8 | 0.5 | 1.0 | 0.5 | 1.0 | 0.9 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 141 | \$ 78 | \$ 156 | \$ 87 | \$ 220 | \$ 238 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Imperial Gold Vodka | - | - | - | - | - | 0.8 | 1.0 | 1.3 | 1.5 | 1.5 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 213 | \$ 255 | \$ 306 | \$ 374 | \$ 357 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Royalty Vodka | 0.0 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | \$ 0 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Tovarnich Vodka | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 1.0 | 1.0 | 1.0 | 1.0 | 1.0 | 0.8 | 1.0 | \$ 72 | \$ 80 | \$ 74 | \$ 189 | \$ 189 | \$ 160 | \$ 227 | \$ 261 | \$ 216 | \$ 274 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Seagram's Vodka | 0.0 | 0.0 | - | - | - | - | - | - | - | - | \$ 0 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Zytnia Vodka | - | - | - | 2.0 | 2.0 | 2.0 | 2.0 | 2.0 | 1.8 | 1.5 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 358 | \$ 358 | \$ 314 | \$ 313 | \$ 319 | \$ 303 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Mamont Vodka | - | - | - | - | - | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 0.7 | 0.6 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 192 | \$ 192 | \$ 195 | \$ 456 | \$ 403 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Oddka Vodka | - | - | - | 12.0 | 5.5 | 0.0 | - | - | - | - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 2 108 | \$ 1 063 | \$ 0 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Orloff Vodka | 36.0 | 59.0 | 45.0 | 44.5 | 42.5 | 41.0 | 37.5 | 32.5 | 27.5 | 26.3 | \$ 4 279 | \$10 540 | \$ 7 749 | \$ 8 996 | \$ 8 585 | \$ 6 921 | \$ 6 128 | \$ 5 413 | \$ 4 800 | \$ 4 351 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Farr Vodka | - | - | - | - | - | - | - | 0.5 | 1.4 | 1.7 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 246 | \$ 723 | \$ 783 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Petrov Vodka Eco Pouch | - | - | - | - | - | - | 2.1 | 1.7 | 1.5 | 1.3 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 298 | \$ 246 | \$ 228 | \$ 189 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Squadron 303 Vodka | - | - | - | - | - | - | - | 0.5 | 0.5 | 0.5 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 394 | \$ 368 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Wisent Vodka | 18.3 | 12.3 | 9.0 | 10.0 | 10.0 | 6.8 | 6.0 | 5.0 | 4.8 | 4.5 | \$ 3 288 | \$ 2 394 | \$ 1 657 | \$ 2 066 | \$ 2 160 | \$ 1 218 | \$ 1 062 | \$ 907 | \$ 885 | \$ 796 | | | | | |
| Europe de l'Ouest | France | Idol Vodka | 0.0 | 0.0 | - | - | - | - | - | - | - | - | \$ 0 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | | | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Neimiroff Vodka | - | - | - | - | - | - | - | - | 0.0 | 0.0 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 1 | \$ 7 | | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Autres | 1.7 | 1.6 | 1.4 | 1.7 | 1.5 | 1.4 | 1.6 | 1.3 | 1.3 | 1.3 | \$ 386 | \$ 388 | \$ 332 | \$ 418 | \$ 410 | \$ 328 | \$ 392 | \$ 325 | \$ 334 | \$ 320 | | | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Absolut Vodka | 13.1 | 11.5 | 8.6 | 9.8 | 10.4 | 11.7 | 13.6 | 11.2 | 10.2 | 10.5 | \$ 2 767 | \$ 2 552 | \$ 1 835 | \$ 2 276 | \$ 2 440 | \$ 2 299 | \$ 2 715 | \$ 2 319 | \$ 2 258 | \$ 2 201 | | | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Eristoff Vodka | 1.1 | 1.3 | 1.5 | 1.5 | 1.2 | 0.9 | 0.6 | 0.5 | 0.4 | - | \$ 155 | \$ 187 | \$ 199 | \$ 198 | \$ 179 | \$ 109 | \$ 80 | \$ 66 | \$ 55 | \$ - | | | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Grey Goose Vodka | 1.5 | 2.0 | 2.4 | 2.9 | 2.8 | 2.6 | 2.4 | 2.5 | 2.9 | 2.7 | \$ 682 | \$ 935 | \$ 1 055 | \$ 1 404 | \$ 1 647 | \$ 1 275 | \$ 1 137 | \$ 1 249 | \$ 1 577 | \$ 1 372 | | | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Smirnoff Vodka | 9.8 | 9.5 | 9.8 | 10.6 | 11.4 | 8.5 | 13.3 | 10.7 | 8.3 | 9.4 | \$ 1 636 | \$ 1 675 | \$ 1 671 | \$ 1 987 | \$ 2 217 | \$ 1 541 | \$ 2 355 | \$ 1 955 | \$ 1 602 | \$ 1 732 | | | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Belvedere Vodka | 0.6 | 0.5 | 0.8 | 0.8 | 0.8 | 1.1 | 1.0 | 1.1 | 1.1 | 1.0 | \$ 250 | \$ 217 | \$ 340 | \$ 389 | \$ 388 | \$ 450 | \$ 431 | \$ 484 | \$ 543 | \$ 475 | | | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Ciroc Vodka | 0.2 | 0.3 | 0.3 | 0.4 | 0.7 | 0.8 | 0.9 | 1.2 | 1.7 | 2.0 | \$ 73 | \$ 115 | \$ 130 | \$ 179 | \$ 336 | \$ 316 | \$ 395 | \$ 517 | \$ 761 | \$ 906 | | | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Polakov Vodka | - | - | - | - | - | - | 0.5 | 0.7 | 1.6 | 1.3 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 67 | \$ 96 | \$ 234 | \$ 184 | | | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Skyy Vodka | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.5 | 1.6 | 1.0 | 1.0 | 1.0 | \$ 241 | \$ 253 | \$ 233 | \$ 251 | \$ 269 | \$ 230 | \$ 258 | \$ 168 | \$ 181 | \$ 177 | | | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Stolichnaya Vodka (SPI) | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 1.4 | 1.5 | 1.9 | 0.4 | 0.1 | \$ 57 | \$ 60 | \$ 67 | \$ 75 | \$ 76 | \$ 262 | \$ 282 | \$ 374 | \$ 73 | \$ 10 | | | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Vladivar Vodka | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | - | - | - | - | \$ 1 | \$ 1 | \$ 2 | \$ 2 | \$ 45 | \$ 2 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | | | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Wyborowa Vodka | 0.3 | 0.1 | - | 0.0 | 0.0 | - | - | 0.0 | - | - | \$ 54 | \$ 8 | \$ - | \$ 2 | \$ 1 | \$ - | \$ - | \$ 1 | \$ - | \$ - | | | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Finlandia Vodka | 3.0 | 2.7 | 4.1 | 4.8 | 4.1 | 4.4 | 3.9 | 0.6 | 0.3 | 0.3 | \$ 551 | \$ 515 | \$ 781 | \$ 976 | \$ 770 | \$ 707 | \$ 615 | \$ 102 | \$ 60 | \$ 43 | | | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Russian Standard Vodka | 0.3 | 0.7 | 0.7 | 0.8 | 1.0 | 1.0 | 1.0 | 1.0 | 1.1 | 1.1 | \$ 64 | \$ 163 | \$ 173 | \$ 203 | \$ 254 | \$ 216 | \$ 219 | \$ 244 | \$ 269 | \$ 231 | | | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Zubrowka Vodka | 1.7 | 1.3 | 1.5 | 1.6 | 2.5 | 2.3 | 2.6 | 2.8 | 2.7 | 2.5 | \$ 329 | \$ 275 | \$ 294 | \$ 342 | \$ 565 | \$ 447 | \$ 523 | \$ 564 | \$ 617 | \$ 579 | | | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Beluga Vodka | - | - | - | 0.3 | 0.4 | 0.4 | 0.3 | 0.3 | 0.4 | 0.3 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 134 | \$ 206 | \$ 172 | \$ 139 | \$ 144 | \$ 189 | \$ 179 | | | | | |
| GTR | France Business Unit - GTR | Danzka Vodka | - | - | - | - | 0.3 | 0.3 | 1.2 | 1.3 | 1.7 | 1.7 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 49 | \$ 54 | \$ 206 | \$ 231 | \$ 275 | \$ 269 | | | | | |

Reporting Rate Type USD at Budget
Version Actual
Responsibility Entity Europe

| Responsibility Entity | Account | Grey Goose | | | | Grey Goose Original Vodka | | | | Grey Goose Flavored Vodka | | | |
|-----------------------|---------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------------------|-------------|-------------|-------------|---------------------------|-----------|-----------|-----------|
| | | FY 18 | FY 19 | FY 20 | FY 21 | FY 18 | FY 19 | FY 20 | FY 21 | FY 18 | FY 19 | FY 20 | FY 21 |
| Europe | Sales Volumes | 424 662 | 440 616 | 437 607 | 262 180 | 416 904 | 429 610 | 426 418 | 249 925 | 7 193 | 10 321 | 10 609 | 11 290 |
| Europe | Net Sales Less Excise Taxes | 91 239 241 | 92 985 662 | 88 728 645 | 54 059 366 | 89 007 662 | 90 377 434 | 85 996 492 | 51 314 026 | 1 925 732 | 2 216 173 | 2 422 847 | 2 688 469 |
| Europe | A&P Investments | -24 936 671 | -21 975 808 | -21 923 020 | -11 470 252 | -24 936 640 | -21 970 801 | -21 923 426 | -11 464 666 | -32 | -5 007 | 406 | -5 449 |
| Europe | Media - Digital | -1 870 870 | -1 053 459 | -2 212 518 | -2 396 017 | -1 870 870 | -1 053 459 | -2 210 455 | -2 396 017 | 0 | 0 | -2 063 | 0 |
| Europe | Media - Traditional | -1 379 200 | -473 101 | -798 719 | -4 229 | -1 379 200 | -473 101 | -798 719 | -4 229 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | PR | -1 488 296 | -1 719 111 | -1 426 123 | -329 893 | -1 488 296 | -1 719 111 | -1 426 123 | -329 893 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | Brand Advocacy | 0 | 0 | -1 185 944 | 2 732 | 0 | 0 | -1 185 944 | 2 732 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | Experiential Marketing Costs | -4 202 840 | -3 485 824 | -3 152 487 | -858 134 | -4 202 840 | -3 485 824 | -3 152 487 | -858 134 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | Influencing | 0 | 0 | 0 | -122 277 | 0 | 0 | 0 | -122 277 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | Media - Agency Fees | -64 172 | -18 636 | -30 694 | 19 116 | -64 172 | -18 636 | -30 694 | 19 116 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | Production - Digital | -180 357 | -50 111 | -157 811 | -178 249 | -180 357 | -50 111 | -157 811 | -178 249 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | Digital - Agency Fees | -29 120 | -57 907 | -99 339 | -22 182 | -29 120 | -57 907 | -99 339 | -22 182 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | Production - Traditional | -260 516 | -2 894 | -13 515 | -52 121 | -260 516 | -2 894 | -13 515 | -52 121 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | Production - Traditional Fees | -263 450 | -153 672 | -87 919 | -19 291 | -263 450 | -153 672 | -87 919 | -19 291 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | Sponsorship - Desire | -588 596 | -1 309 073 | -226 915 | -4 327 | -588 596 | -1 309 073 | -226 915 | -4 327 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | Trade Activation | -6 360 669 | -6 973 861 | -6 125 652 | -1 636 528 | -6 360 637 | -6 968 854 | -6 128 121 | -1 635 265 | -32 | -5 007 | 2 469 | -1 125 |
| Europe | POS Material and Handling Costs | -8 393 888 | -6 577 542 | -6 351 072 | -5 779 217 | -8 393 888 | -6 577 542 | -6 351 072 | -5 774 893 | 0 | 0 | 0 | -4 324 |
| Europe | VAPs | 145 302 | -100 616 | -51 918 | -81 123 | 145 302 | -100 616 | -51 918 | -81 123 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | Venue Sponsorships | 0 | 0 | -2 393 | -8 513 | 0 | 0 | -2 393 | -8 513 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| France | Sales Volumes | 74 660 | 72 017 | 70 607 | 40 344 | 73 325 | 70 881 | 69 469 | 36 344 | 1 197 | 1 038 | 1 084 | 3 169 |
| France | Net Sales Less Excise Taxes | 16 044 456 | 15 640 220 | 14 351 823 | 7 419 849 | 15 614 588 | 15 263 440 | 13 993 374 | 6 730 373 | 341 506 | 310 289 | 324 429 | 688 864 |
| France | A&P Investments | -4 710 788 | -3 868 005 | -3 836 894 | -1 761 138 | -4 710 788 | -3 868 005 | -3 836 894 | -1 756 258 | 0 | 0 | 0 | -4 881 |
| France | Media - Digital | -272 858 | -173 107 | -339 618 | -179 325 | -272 858 | -173 107 | -339 618 | -179 325 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| France | Media - Traditional | -482 553 | -18 881 | -112 444 | 0 | -482 553 | -18 881 | -112 444 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| France | PR | -276 520 | -58 720 | -192 915 | -87 080 | -276 520 | -58 720 | -192 915 | -87 080 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| France | Brand Advocacy | 0 | 0 | -144 500 | 0 | 0 | 0 | -144 500 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| France | Experiential Marketing Costs | -440 680 | -773 767 | -104 805 | -1 856 | -440 680 | -773 767 | -104 805 | -1 856 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| France | Influencing | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| France | Media - Agency Fees | -59 461 | -5 746 | -453 | 0 | -59 461 | -5 746 | -453 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| France | Production - Digital | -86 112 | -40 296 | -5 051 | -3 853 | -86 112 | -40 296 | -5 051 | -3 853 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| France | Digital - Agency Fees | 0 | 0 | -50 094 | 0 | 0 | 0 | -50 094 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| France | Production - Traditional | -260 248 | -2 307 | -472 | -1 035 | -260 248 | -2 307 | -472 | -1 035 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| France | Production - Traditional Fees | -119 295 | -30 814 | -11 717 | -1 168 | -119 295 | -30 814 | -11 717 | -1 168 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| France | Sponsorship - Desire | -27 398 | -14 139 | -25 399 | -544 | -27 398 | -14 139 | -25 399 | -544 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| France | Trade Activation | -772 934 | -1 260 903 | -913 936 | -158 697 | -772 934 | -1 260 903 | -913 936 | -158 140 | 0 | 0 | 0 | -556 |
| France | POS Material and Handling Costs | -1 912 713 | -1 488 650 | -1 934 887 | -1 311 777 | -1 912 713 | -1 488 650 | -1 934 887 | -1 307 453 | 0 | 0 | 0 | -4 324 |
| France | VAPs | -16 | -675 | -602 | -9 098 | -16 | -675 | -602 | -9 098 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| France | Venue Sponsorships | 0 | 0 | 0 | -6 707 | 0 | 0 | 0 | -6 707 | 0 | 0 | 0 | 0 |



Type de taux USD
Version Actuelle
Entité de responsabilité Europe

| Entité | Compte | Grey Goose | | | | Grey Goose Original Vodka | | | | Grey Goose Flavored Vodka | | | |
|--------|--|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------------------|-------------|-------------|-------------|---------------------------|-----------|-----------|-----------|
| | | FY 18 | FY 19 | FY 20 | FY 21 | FY 18 | FY 19 | FY 20 | FY 21 | FY 18 | FY 19 | FY 20 | FY 21 |
| Europe | Volume des ventes | 424 662 | 440 616 | 437 607 | 262 180 | 416 904 | 429 610 | 426 418 | 249 925 | 7 193 | 10 321 | 10 609 | 11 290 |
| Europe | Ventes nettes moins les taxes d'accise | 91 239 241 | 92 985 662 | 88 728 645 | 54 059 366 | 89 007 662 | 90 377 434 | 85 996 492 | 51 314 026 | 1 925 732 | 2 216 173 | 2 422 847 | 2 688 469 |
| Europe | A&P Investissements | -24 936 671 | -21 975 808 | -21 923 020 | -11 470 252 | -24 936 640 | -21 970 801 | -21 923 426 | -11 464 666 | -32 | -5 007 | 406 | -5 449 |
| Europe | Média - Digital | -1 870 870 | -1 053 459 | -2 212 518 | -2 396 017 | -1 870 870 | -1 053 459 | -2 210 455 | -2 396 017 | 0 | 0 | -2 063 | 0 |
| Europe | Média - Traditionnel | -1 379 200 | -473 101 | -798 719 | -4 229 | -1 379 200 | -473 101 | -798 719 | -4 229 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | PR | -1 488 296 | -1 719 111 | -1 426 123 | -329 893 | -1 488 296 | -1 719 111 | -1 426 123 | -329 893 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | Brand Advocacy | 0 | 0 | -1 185 944 | 2 732 | 0 | 0 | -1 185 944 | 2 732 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | Coûts du marketing expérientiel | -4 202 840 | -3 485 824 | -3 152 487 | -858 134 | -4 202 840 | -3 485 824 | -3 152 487 | -858 134 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | Influencer | 0 | 0 | 0 | -122 277 | 0 | 0 | 0 | -122 277 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | Médias - Frais d'agence | -64 172 | -18 636 | -30 694 | 19 116 | -64 172 | -18 636 | -30 694 | 19 116 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | Production - Digital | -180 357 | -50 111 | -157 811 | -178 249 | -180 357 | -50 111 | -157 811 | -178 249 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | Digital - Frais d'agence | -29 120 | -57 907 | -99 339 | -22 182 | -29 120 | -57 907 | -99 339 | -22 182 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | Production - Traditionnel | -260 516 | -2 894 | -13 515 | -52 121 | -260 516 | -2 894 | -13 515 | -52 121 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | Production - Traditionnel - frais | -263 450 | -153 672 | -87 919 | -19 291 | -263 450 | -153 672 | -87 919 | -19 291 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | Parrainage - Desire | -588 596 | -1 309 073 | -226 915 | -4 327 | -588 596 | -1 309 073 | -226 915 | -4 327 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | Activation commerciale | -6 360 669 | -6 973 861 | -6 125 652 | -1 636 528 | -6 360 637 | -6 968 854 | -6 128 121 | -1 635 265 | -32 | -5 007 | 2 469 | -1 125 |
| Europe | Matériel de point de vente et coûts de manutention | -8 393 888 | -6 577 542 | -6 351 072 | -5 779 217 | -8 393 888 | -6 577 542 | -6 351 072 | -5 774 893 | 0 | 0 | 0 | -4 324 |
| Europe | VAPs | 145 302 | -100 616 | -51 918 | -81 123 | 145 302 | -100 616 | -51 918 | -81 123 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Europe | Parrainages de sites | 0 | 0 | -2 393 | -8 513 | 0 | 0 | -2 393 | -8 513 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| France | Volume des ventes | 74 660 | 72 017 | 70 607 | 40 344 | 73 325 | 70 881 | 69 469 | 36 344 | 1 197 | 1 038 | 1 084 | 3 169 |
| France | Ventes nettes moins les taxes d'accise | 16 044 456 | 15 640 220 | 14 351 823 | 7 419 849 | 15 614 588 | 15 263 440 | 13 993 374 | 6 730 373 | 341 506 | 310 289 | 324 429 | 688 864 |
| France | A&P Investissements | -4 710 788 | -3 868 005 | -3 836 894 | -1 761 138 | -4 710 788 | -3 868 005 | -3 836 894 | -1 756 258 | 0 | 0 | 0 | -4 881 |
| France | Média - Digital | -272 858 | -173 107 | -339 618 | -179 325 | -272 858 | -173 107 | -339 618 | -179 325 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| France | Média - Traditionnel | -482 553 | -18 881 | -112 444 | 0 | -482 553 | -18 881 | -112 444 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| France | PR | -276 520 | -58 720 | -192 915 | -87 080 | -276 520 | -58 720 | -192 915 | -87 080 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| France | Brand Advocacy | 0 | 0 | -144 500 | 0 | 0 | 0 | -144 500 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| France | Coûts du marketing expérientiel | -440 680 | -773 767 | -104 805 | -1 856 | -440 680 | -773 767 | -104 805 | -1 856 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| France | Influencer | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| France | Médias - Frais d'agence | -59 461 | -5 746 | -453 | 0 | -59 461 | -5 746 | -453 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| France | Production - Digital | -86 112 | -40 296 | -5 051 | -3 853 | -86 112 | -40 296 | -5 051 | -3 853 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| France | Digital - Frais d'agence | 0 | 0 | -50 094 | 0 | 0 | 0 | -50 094 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| France | Production - Traditionnel | -260 248 | -2 307 | -472 | -1 035 | -260 248 | -2 307 | -472 | -1 035 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| France | Production - Traditionnel - frais | -119 295 | -30 814 | -11 717 | -1 168 | -119 295 | -30 814 | -11 717 | -1 168 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| France | Parrainage - Desire | -27 398 | -14 139 | -25 399 | -544 | -27 398 | -14 139 | -25 399 | -544 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| France | Activation commerciale | -772 934 | -1 260 903 | -913 936 | -158 697 | -772 934 | -1 260 903 | -913 936 | -158 140 | 0 | 0 | 0 | -556 |
| France | Matériel de point de vente et coûts de manutention | -1 912 713 | -1 488 650 | -1 934 887 | -1 311 777 | -1 912 713 | -1 488 650 | -1 934 887 | -1 307 453 | 0 | 0 | 0 | -4 324 |
| France | VAPs | -16 | -675 | -602 | -9 098 | -16 | -675 | -602 | -9 098 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| France | Parrainages de sites | 0 | 0 | 0 | -6 707 | 0 | 0 | 0 | -6 707 | 0 | 0 | 0 | 0 |





GREY GOOSE



FY20

GREY GOOSE
VODKA





CHAPITRE 1

National Brand content

FY20

GREY GOOSE
VODKA





VIDEO COQTAIL X GUILLAUME GIBAUT

SLIDER HP

Le site présente un slider avec le titre 'Cocktail Portrait' et 'GREY GOOSE'. Les images montrent des silhouettes et des portraits de personnes. Les noms des personnes sont : GUILLAUME GIBAUT, ANNE ESCOFFIER CO-FONDATRICE ET PRÉSIDENTE DE LA FRENCH LETTER, et ANNE FONDATRICE DE L'ARRANGÉE.

ARTICLE

Le site affiche un article avec le titre 'COQTAIL X GUILLAUME GIBAUT'. Le contenu de l'article est en français et parle de la rencontre entre le fondateur de Slip France et le plus français des vodkas GREY GOOSE. Le texte mentionne que Guillaume Gibaut est le gendre de la reine de France et défend avec conviction les produits français. L'article décrit le processus de fabrication du cocktail à base de vodka super premium GREY GOOSE et de jus de citron bio français.

NEWSLETTER

Le site présente une newsletter intitulée 'LA FRENCH LETTER'. Le contenu est en français et annonce un 'Cocktail Portrait' avec Guillaume Gibaut et Grey Goose. Le texte mentionne que le cocktail est à base de vodka super premium GREY GOOSE et de jus de citron bio français. Il y a également une section 'VIE LA VERTÉ' et des liens pour partager et nous suivre.



VIDEO COQTAIL X GUILLAUME GIBAUT

VIDEO FACEBOOK

Les Petits Frenchies • 5 abonnés

Le COQTAIL PORTRAIT de Guillaume Gibault

Quand le Fondateur du Slip Français rencontre le plus frenchy des vodkas, cela donne un COQtail 100% bleu-blanc-rouge !

#SANSCOMPROMIS

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION. Voir moins

Like Comment Partager

1944 vues et 50 autres personnes • 11 commentaires

VIDEO INSTAGRAM

les_petits_frenchies • Abonné(e)

les_petits_frenchies • Le COQTAIL PORTRAIT de Guillaume Gibault

Quand le Fondateur du Slip Français rencontre le plus frenchy des vodkas, cela donne un COQtail 100% bleu-blanc-rouge !

@greygoose @ggibault @lesfrancais

#SANSCOMPROMIS

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

#atafrancaise #bleublancrouge #cocorito #france

1 894 vues

3 + 437 REPERTOIRES

Ajouter un commentaire

06 / 114

STORY IG

les_petits_frenchies

#SANSCOMPROMIS

#GREYGOOSE

LES DÉBUTS DU SLIP

POST TW

Les Petits Frenchies @lespetitsfrenchies

Quand le Fondateur du Slip Français rencontre la plus frenchy des vodkas, cela donne un COQtail 100% bleu-blanc-rouge !

#SANSCOMPROMIS

@GreyGoose @GGibault @LeSlipFrancais

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

03/01 - 3 sept. 2019 depuis Paris, France

6 Retweets 11 J'aime

<https://www.facebook.com/LesPetitsFrenchies/posts/3225728377454892>


SANS COMPROMIS
DU B.N.L. QU'IL FAUT ET DES HOMMES



REACH SOCIAL

NOMBRE DE VIDEOS VUES

TX DE COMPLETION <30'

ENGAGEMENT



CHAPITRE 2

Local Storytelling & Drive to Event

FY20

GREY GOOSE
VODKA





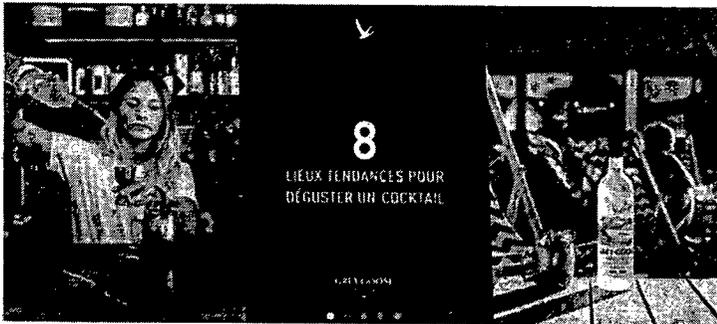
ARTICLE FLAGSHIP

SLIDER HP

ACCUEIL VIDÉOS RÉNTES ESNOR CONCOURS CONCEPT

VOUS SUIVRE S'INSCRIRE À LA NEWSLETTER

TRINQUONS À L'ÉNERGIE FRANÇAISE | CULTURE | MODE | INNOVATION



- JAMIE GOUDREAU**
SCIENTISTE DES SCIENCES
EN TÊTE À TÊTE AVEC JAMIE GOUDREAU
- FANNY MORITZ**
EXPERTE ZÉRO DÉCHET
EXPERT FRENCHY FANNY MORITZ, COMPÉNICENT ZÉRO DÉCHET
- LAMVA ESSERLALI**
CO-FONDATRICE ET PRÉSIDENTE DE SEA SHEPHERD FRANCE
EXPERT FRENCHY LAMVA, PRÉSIDENTE DU SEA SHEPHERD FRANCE

ARTICLE

NOUVEAU CHASSE-MANTEAU AGENT VESTIBULE DÉPART

VOUS SUIVRE S'INSCRIRE À LA NEWSLETTER

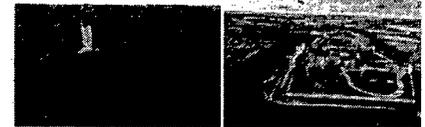
TRINQUONS À L'ÉNERGIE FRANÇAISE | CULTURE | MODE | INNOVATION

ACCUEIL VIDÉOS RÉNTES ESNOR CONCOURS CONCEPT

VOUS SUIVRE S'INSCRIRE À LA NEWSLETTER

LA VOIX DE LA FRANCE RAYONNER LA FRANCE

Illustration de l'opération de la marque pour le 100 ans de la France. Une illustration de la France qui rayonne la France. Une illustration de la France qui rayonne la France.



3 ingrédients essentiels du 100 ans de la France



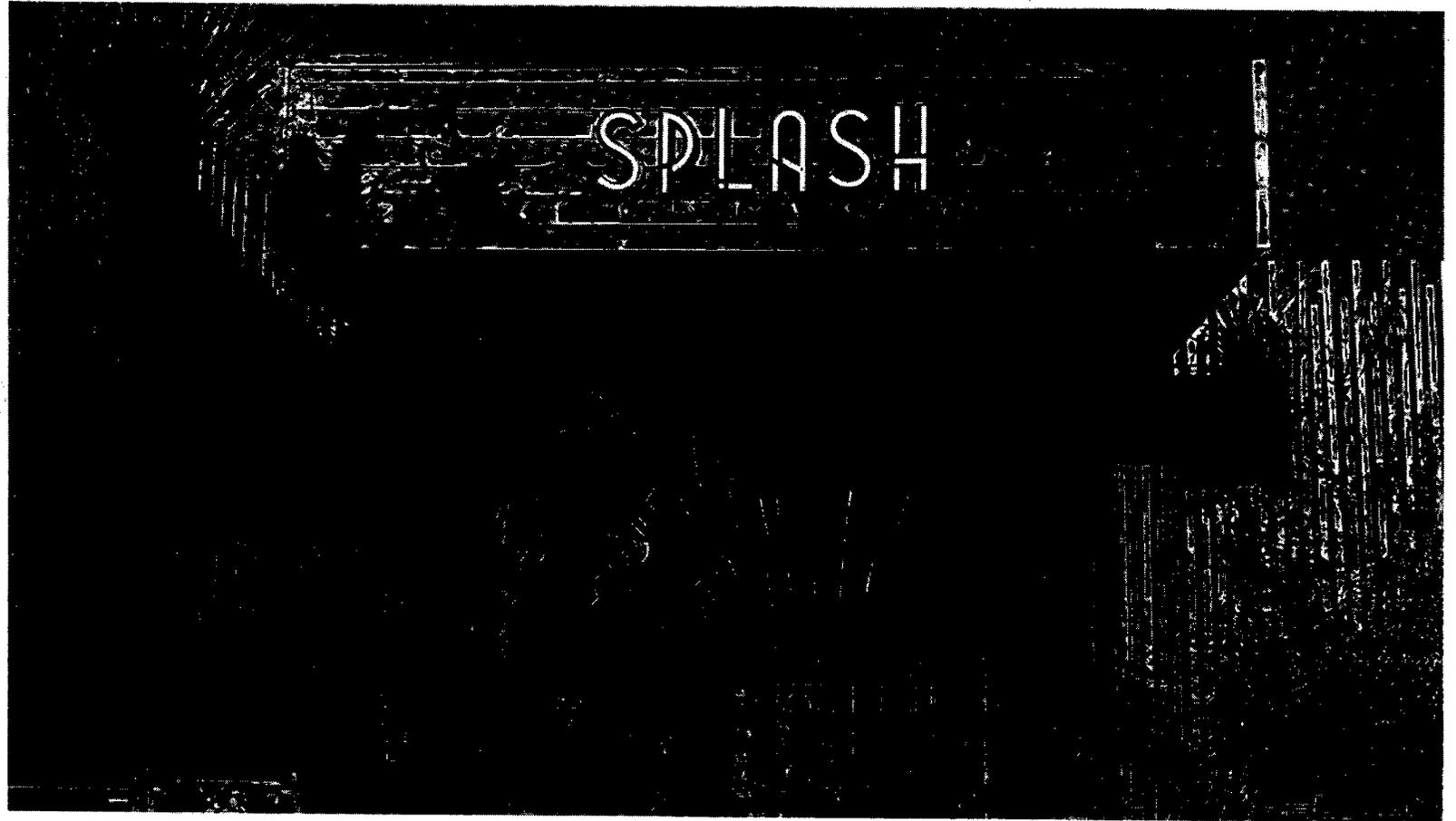
3 ingrédients essentiels du 100 ans de la France






SANS COMPROMIS
CLINIQUE DE L'EAU ET DES HOMMES

SOIREE SPLASH
—
13 SEPTEMBRE





SANS COMPROMIS

CRUÉ, DE LA BIÈRE ET DES MODÈMES



HOMEPAGE

SOIREE SPLASH – 13 SEPTEMBRE

ARTICLE

ARTICLE

LES PETITES FRENCHIES

LA CRÈME DES CONCEPTS FRANÇAIS

100% FEMME 100% MARIAGE 100% SÉRIOSITÉ 100% ÉCARTÉ 100% ÉMBAÏA 100% ADDRESS 100% BUNDE 0

PRÊTS POUR LE MOMENT L'UNIQUE ?

C'est quoi le monde à l'école ? On a appris à faire des choses, à apprendre, à se faire des amis, à se faire des ennemis... C'est quoi le monde à l'école ? On a appris à faire des choses, à apprendre, à se faire des amis, à se faire des ennemis... C'est quoi le monde à l'école ? On a appris à faire des choses, à apprendre, à se faire des amis, à se faire des ennemis...

LES PETITES FRENCHIES

LA CRÈME DES CONCEPTS FRANÇAIS

POST IG



10.09

LES PETITES FRENCHIES

PÉPITE FRENCHY

Attendez une petite minute. l'été n'a pas dit son dernier mot... @GreyGoose souhaite nous faire vivre des moments uniques et sans compromis à travers toute la France !

pepites.petitsfrenchies.com/article/gray-g...

#SANSCOMPROMIS

GREY GOOSE INVITE À SPLASH!

Attendez une petite minute. l'été n'a pas dit son dernier mot... @GreyGoose souhaite nous faire vivre des moments uniques et sans compromis à travers toute la France !

pepites.petitsfrenchies.com/article/gray-g...

#SANSCOMPROMIS

GREY GOOSE INVITE À SPLASH!

POST TW



10.09

LES PETITES FRENCHIES

PÉPITE FRENCHY

Attendez une petite minute. l'été n'a pas dit son dernier mot... @GreyGoose souhaite nous faire vivre des moments uniques et sans compromis à travers toute la France !

pepites.petitsfrenchies.com/article/gray-g...

#SANSCOMPROMIS

GREY GOOSE INVITE À SPLASH!

Attendez une petite minute. l'été n'a pas dit son dernier mot... @GreyGoose souhaite nous faire vivre des moments uniques et sans compromis à travers toute la France !

pepites.petitsfrenchies.com/article/gray-g...

#SANSCOMPROMIS

GREY GOOSE INVITE À SPLASH!

10.09

10.09

LES PETITES FRENCHIES

LA CRÈME DES CONCEPTS FRANÇAIS

100% FEMME 100% MARIAGE 100% SÉRIOSITÉ 100% ÉCARTÉ 100% ÉMBAÏA 100% ADDRESS 100% BUNDE 0

GREY GOOSE INVITE LE SPLASH!

Attendez une petite minute. l'été n'a pas dit son dernier mot... @GreyGoose souhaite nous faire vivre des moments uniques et sans compromis à travers toute la France !

pepites.petitsfrenchies.com/article/gray-g...

#SANSCOMPROMIS

GREY GOOSE INVITE À SPLASH!

Attendez une petite minute. l'été n'a pas dit son dernier mot... @GreyGoose souhaite nous faire vivre des moments uniques et sans compromis à travers toute la France !

pepites.petitsfrenchies.com/article/gray-g...

#SANSCOMPROMIS

GREY GOOSE INVITE À SPLASH!



10.09



SANS COMPROMIS
OU BIEN DE LA PART DES HOMMES



SOIREE SPLASH – 13 SEPTEMBRE

ARTICLE

Le Bonbon

Une soirée cocktails dans un tout nouveau bar... les pieds dans l'eau

160
ARTICLES

Allez sur le Bonbon

Le Bonbon

50 x 2 places sont à gagner pour la soirée Grey Goose



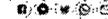
Merci de remplir votre date de naissance

MM - AAAA



Le Bonbon

50 x 2 places sont à gagner pour la soirée Grey Goose



Quelle est la caractéristique de la vodka Grey Goose ?

- Elle est produite à partir de grains de blé
- Elle est produite à partir de céréales et elle est 100% française
- Elle est produite à partir de pommes de terre

Le Bonbon

50 x 2 places sont à gagner pour la soirée Grey Goose



M. Mme

Ptomain

Noms

Envie

le party.fff

SOIREE SPLASH – 13 SEPTEMBRE

POST FB

B Le Bonbon avec Grey Goose.
 Partenariat rémunéré

50 X 2 places à gagner avec le Bonbon
 #SansCompromis



LEBONBON.FR
 Une soirée cocktails dans un tout nouveau bar... les pieds dans l'eau

1 commentaire

J'aime Commenter Partager

POST INSTAGRAM



B le_bonbon • S'abonner

le_bonbon 13 septembre : notez bien cette date les Bonbecc ! Grey Goose investit le Splash et organise une belle soirée qui sera rythmée par des ateliers et tout plein de surprises... Des cocktails Grey Goose conçus par des professionnels de la mixologie seront à déguster en exclusivité. Les entrées se font uniquement sur invitation, mais pas de panique : on vous fait gagner 50 x 2 places !

#soirée #cocktails #bonplan #sanscompromis @greygoose

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération. Toutes les infos en Link In Bio

Aimé par stephgerber, et 176 autres personnes

Remarque sur votre publication

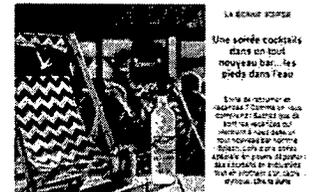
NEWSLETTER

le Bonbon



Un food market géant spécial Corée à Belleville

Après le Food Market de la Seine, voici le plus grand marché de produits alimentaires asiatiques de France à Paris.



LA SOIREE

Une soirée cocktails dans un tout nouveau bar... les pieds dans l'eau

Soirée de cocktails dans un tout nouveau bar... les pieds dans l'eau. Grey Goose investit le Splash et organise une belle soirée qui sera rythmée par des ateliers et tout plein de surprises... Des cocktails Grey Goose conçus par des professionnels de la mixologie seront à déguster en exclusivité. Les entrées se font uniquement sur invitation, mais pas de panique : on vous fait gagner 50 x 2 places !





SANS COMPROMIS
DE LA FÊTE DE LA MAISON À LA FÊTE DE LA VILLE



HOMEPAGE

SOIREE MAISON LYON – 30 SEPTEMBRE

NOUVEAUX

Les Pépites
L'ESSENCE DE LA MAISON À LA FÊTE

FANTASMES & ÉNERGIE FRANÇAISE | CULTURE | MODE | INNOVATION

8
LE 2014 EN UN SEUL MOT
DE LA FÊTE DE LA MAISON À LA FÊTE DE LA VILLE

LES PÉPITES

LES PÉPITES
LES PÉPITES
LES PÉPITES

LES PÉPITES

GREY GOOSE DÉBARQUE À LYON
LA MAISON À LA FÊTE
LE PLUS GRAND DES...

LES PÉPITES

Les pépites du jour

GREY GOOSE DÉBARQUE À LYON!

LA MAISON À LA FÊTE

LE PLUS GRAND DES...



25.09

ARTICLE

NOUVEAUX

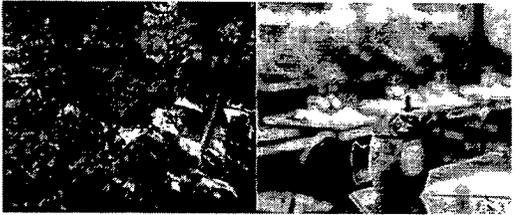
LES PÉPITES
L'ESSENCE DE LA MAISON À LA FÊTE

LA CRÈME DES CONCEPTS FRANÇAIS

TOUTE FEMME HOMME TECH CONCEPT ECOLO DODD SPACIALE SAMON ADRESSÉS ACTU TALENTS D

UN APÉRITIF SANS COMPROMIS

Assas émane les forces, ses pépites les incontournables qu'on ne peut pas se passer d'avoir. Ce la ville vit à la grande, le en...
 Le mariage français se doit d'être...
 C'est tout à fait...
 Vous ce mariage...
 C'est...
 C'est...
 C'est...
 C'est...



25.09

SOIREE MAISON LYON – 30 SEPTEMBRE

POST FB

Les Petits Frenchies (Par défaut) est à La Maison.
 Publié par Franck Bezaire · 25 septembre, 19:00 · Lyon · 🌐

Et si vous allez passer une soirée cocktails avec Grey Goose dans la Ville des Lumières ? On se voit là-bas !

#SANSCOMPROMIS

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

PEPITES.PETITSFRENCHIES.COM
GREY GOOSE débarque à Lyon !
 Aaaa Lyon, tes berges, tes péniches, tes quartiers et monuments...

POST IG



les.petits.frenchies · Abonnés
 la Mâcon

Et si vous allez passer une soirée cocktails avec GREY GOOSE dans la Ville des Lumières ? On se voit là-bas !

Retrouvez toutes les infos via notre article là-haut dans la bio 📄

#greygoose #sanscompromis
 #cocktails #amandson #lyon
 #lafrenchaise #fruedulnorouge
 #soirees #france

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

233 J'aime
 17 Commentaires
 Ajouter un commentaire...

POST TW

Les Petits Frenchies
 @LesPetitsF

Suivre

Et si vous alliez passer une soirée cocktails avec @greygoose dans la Ville des Lumières ? On se voit là-bas !

[pepites.petitsfrenchies.com/article/grey-g ...](http://pepites.petitsfrenchies.com/article/grey-g...)

#SANSCOMPROMIS

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

09:00 · 29 sept. 2019

1 Retweet · 7 J'aime



SANS COMPROMIS
DURÉE EN 11 HEURES SEULEMENT



SOIREE MAISON LYON – 30 SEPTEMBRE

ARTICLE

le Bonbon

GREY GOOSE

Comme chez toi mais en mieux, une soirée cocktails à La Maison

0 PARTAGÉS

Allez sur le Bonbon

LeBonbon

100x2 places sont à gagner pour la soirée Grey Goose



Merci de remplir votre date de naissance

MM AAAA

Envoyer

LeBonbon

100x2 places sont à gagner pour la soirée Grey Goose



SCÈNE 00

Quelle est la caractéristique de la vodka Grey Goose ?

Elle est produite à partir de sègles polonaises

Elle est produite à partir de blé et d'eau et elle est 100% française

Elle est produite à partir de pommes de terre

LeBonbon

100x2 places sont à gagner pour la soirée Grey Goose



M M me

Prénom

Nom

Email

Je participe

SOIREE MAISON LYON – 30 SEPTEMBRE

POST FB

Le Bonbon Lyon
22h

Réserve ton 30 septembre, parce qu'on te fait gagner des invit' pour la soirée Grey Goose. #SansCompromis



LEBONBON.FR

Comme chez toi mais en mieux, une soirée cocktails à La Maison

29 22 commentaires 1 partage

24.09

POST INSTAGRAM



le_bonbon_lyon · S'abonner

le_bonbon_lyon Soirée cocktails @greygoose ce lundi 30 septembre à @lamaisonrestauranlyon !

Mais la meilleure nouvelle dans tout ça, c'est qu'on vous fait gagner des places (oui on aime vous faire plaisir)... Toutes les infos en link In Bio les Bonbeccs

#soirée #sanscompromis #cocktails #bonplan

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

emmaduplan @alexane_coldefy go

202 l'aimé

Poster un commentaire

24.09



SANS COMPROMIS
DURETÉ, ÉNERGIE ET CONVICTIONS



HOMEPAGE

TRINDONS À L'ENTRÉE FRANÇAISE | QUALITÉ - MODÉ - INNOVATION

8

L'ART DE LA PERFORMANCE
 L'ART DE LA PERFORMANCE
 L'ART DE LA PERFORMANCE

GREY GOOSE NOUS FAIT AIMER L'AUTOMNE

10.10

AU TOP – 11 OCTOBRE

ARTICLE

LA CRÈME DES CONCEPTS FRANÇAIS

TOUS FEMME HOMME TECH CONCEPT ÉCOLO DECO ÉPICURIE BARMEN ADRESSES ARTS TRAVAILS

en Afrique par...
 en France par...

AUTOPÔLE TOF

Comme chaque année en France, le monde est incroyablement...
 Seul que cette façon de s'insérer dans le monde...
 projets...
 en France...

C'est au 140 rue de la Vierge...
 C'est aussi l'endroit où...
 BREVETÉ - FRANCO-PROMIS
 C'EST D'ALCOOL EST DANSEUR POUR LA SANTÉ, A CONSOMMER AVEC MODÉRATION



PARTAGEZ VOTRE AVENTURE AVEC NOUS

10.10



AU TOP – 11 OCTOBRE

POST FB

Les Petits Frenchies est à Au_top
 11 octobre, 18:00 Paris

On vous a déniché une super terrasse parisienne, où sont servis des cocktails Grey Goose que l'on valide à 200% 🍸

#SANSCOMPROMIS

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.



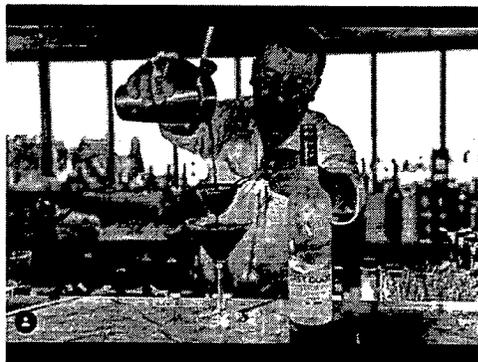
À propos de ce site web

PEPITES.PETITSFRENCHIES.COM

GREY GOOSE nous fait aimer l'automne !
 Découvrez ce lieu secret sur les toits de Paris...

11.10

POST IG



les.petits.frenchies • Abonnés
 Au_top

On vous a déniché une super terrasse parisienne, où sont servis des cocktails Grey Goose que l'on valide à 200% 🍸

Tous les détails via l'article li-haut dans la bio 📄

#SANSCOMPROMIS #Paris

131 J'aime
 1 commentaire

Ajouter un commentaire

11.10

POST TW

Les Petits Frenchies
 @petitsfrenchies

PÉPITE FRENCHY

On vous a déniché une super terrasse parisienne, où sont servis des cocktails @GreyGoose que l'on valide à 200% 🍸

pepites.petitsfrenchies.com/article/grey-g...

#SANSCOMPROMIS

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.



GREY GOOSE nous fait aimer l'automne !
 Découvrez ce lieu secret sur les toits de Paris...
 @petitsfrenchies.com

10:00 - 14 oct. 2019

1 réaction 2 commentaires

14.10





Culture Food

Découvrez le COQTAIL PORTRAIT de Guillaume Gibault !

Accueil / Tous les articles / Culture / Découvrez le COQTAIL PORTRAIT de Guillaume...



Par Franck Bezairie - Le 4 septembre 2019

Quand le Fondateur du Slip Français rencontre la plus frenchy des vodkas GREY GOOSE, cela donne un COQtail 100% bleu-blanc-rouge !

Guillaume Gibault, c'est LE grand maître du made in France : il défend avant toute chose le Slip - et ça, c'est drôle -, mais surtout la fabrication française qu'il a rendue branchée ! Du tricotage à la confection, du dessin du produit à la boîte qui l'enveloppe... **tout est frenchy** ! Et tout ça avec bon sens et transparence. Merveilleux, non ? Qui de mieux donc pour concevoir **un cocktail made in France à base de la vodka super-premium GREY GOOSE** ? Car rappelons-le, cette vodka est faite avec des ingrédients 100% frenchy également : du blé de Picardie et de l'eau de source de Gensac-la-Pallue en Charente.





Le concept : **une interview inédite de l'un de nos entrepreneurs frenchy préférés**, dont les réponses permettent de choisir les ingrédients, le dosage en passant par les éléments de décors qui composent un cocktail unique ! Le résultat ? **Un COQtail sans compromis** basé sur une vodka d'exception 100% française. Les questions :

Les débuts du Slip, c'était plutôt *La Cité de la Peur* ou *The Artist* ??

Le Slip Français, c'est vraiment 100% frenchy ??

Un fruit pour représenter Le Slip Français ??

Le meilleur moment de la journée pour se mettre en slip ??

||

"Chez le Slip c'est vraiment zéro compromis, on fait tout en France et c'est une vraie fierté."



Découvrez sans plus attendre le **COQTAIL PORTRAIT** de **Guillaume Gibault** !



Le **COQTAIL PORTRAIT** de Guillaume Gibault
Les Petits Frenchies · S'abonner

Partager

LE COQTAIL DU SLIP :

4cl de vodka GG

2cl de jus de citron jaune frais

2cl de St Germain

3 framboises fraîches

1 blanc d'œuf

Shaker, servit en tumbler, garnit de framboises sur un pic bleu !

**@GREYGOOSE - #SANSCOMPROMIS - Du Blé, de l'Eau
et des Hommes**



*L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À
CONSOMMER AVEC MODÉRATION.*

Partager cet article !



À découvrir aussi...

Food

C'est l'heure de l'assemblage !



Food

La délicieuse vodka bio pour les papas frenchy

Food

LA boisson essentielle des soirées d'été



Culture

Les Dents de la Mer à la française

Food

Le pionnier du gin français fête ses 25 ans



Food

Les meilleures microbrasseries de France

Food

Les confidences des Apprentis-vignerons à Bordeaux



Culture

Gaspard de ClapClap nous parle d'Adieu les Cons

Suivez-nous

Rejoignez la communauté des Petits Frenchies ❤️

 Facebook

 Instagram

 Twitter

 Spotify

 Pinterest

 Mapstr

Abonnez-vous à la Frenchletter !

Recevez des idées relevées à la sauce frenchy et des exclu' de la crème des marques françaises !

Adresse email

S'inscrire

[Partenaires](#) [Mentions légales & politique de confidentialité](#)

[Recrutement](#) [Logos](#) [Une marque du groupe](#)

Les Petits Frenchies © 2021. Tous droits réservés.



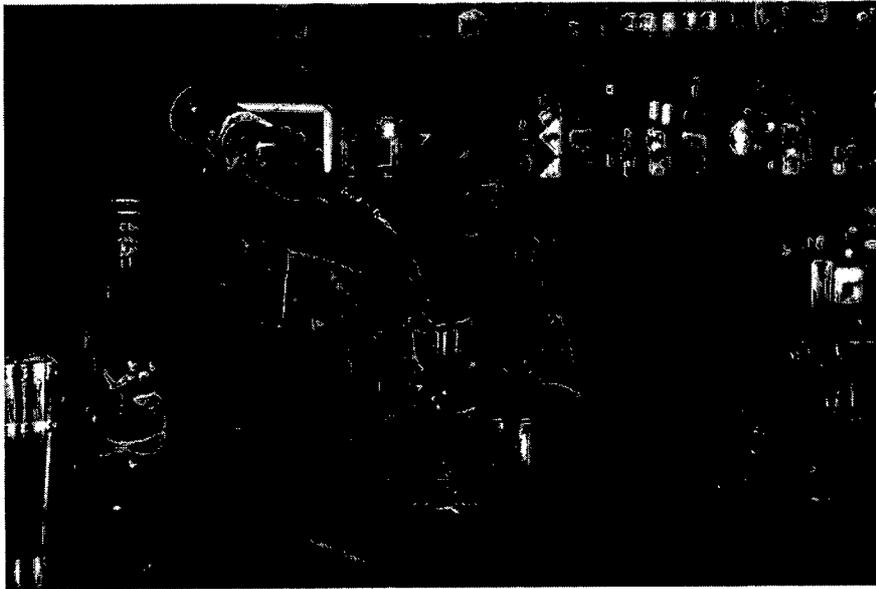


S'abonner

Événement *Food*

La vodka qui fait rayonner la France

Accueil / Tous les articles / Événement / La vodka qui fait rayonner la France



Par Franck Bezairie - Le 10 septembre 2019

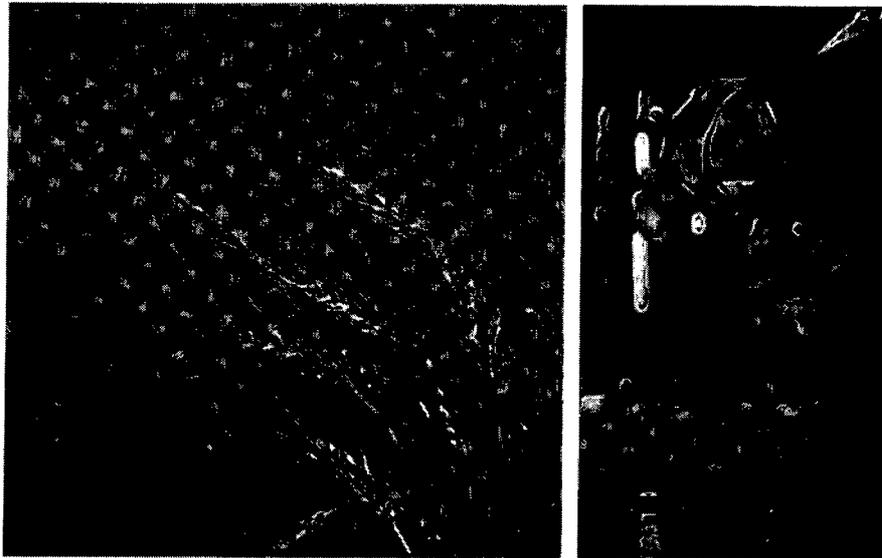
Imaginez... Un spiritueux né du mariage entre le blé tendre d'hiver de Picardie - ingrédient fétiche de la plupart des maîtres boulangers - et de l'eau de source de Gensac-la-Pallue, en Charente... Le résultat ? Une vodka super-premium 100% française au goût unique : la vodka GREY GOOSE.





3 ingrédients essentiels : du blé, de l'eau et des hommes

Même si son nom ne sonne pas frenchy, **son Histoire et ses valeurs le sont indiscutablement.** Tout commence avec le créateur de la recette GREY GOOSE, **François Thibault.** Ses maîtres-mots ? **Expertise, rigueur, précision.** La paume de la main glissant sur les épis de blé picards, François imagine un spiritueux unique, authentique et **100% Français.** Une vodka aussi française que peuvent l'être la 2CV, la pétanque ou le croissant chaud qui accompagne le bol de café du matin. Il fait également le choix d'une distillation unique en continue, **sans aucun compromis sur les ingrédients, afin de laisser la qualité parler d'elle-même.**



La vodka #SansCompromis

Et c'est là que ça devient encore plus intéressant : **GREY GOOSE s'apprête à s'implanter aux quatre coins de l'Hexagone** en investissant plusieurs lieux tendances dans 6 villes dynamiques de France. L'idée ? **Faire rayonner le savoir-faire français** dans des bars où une carte de cocktails GREY GOOSE y sera dédiée. Deux questions nous brûlent alors les lèvres : **ça commence quand ?** Facile, ce mois de septembre. **C'est où ?** Eh bien puisque vous avez été bien sages et êtes allés jusqu'au bout de l'article, on vous liste en exclusivité **les établissements qui vont jouer le jeu** aux côtés de GREY GOOSE :



Le SPLASH (Asnières-sur-Seine), un bistrot sur l'eau qui vient d'ouvrir ses portes

AU TOP (Paris), avec son rooftop exceptionnel au cœur du Marais

Le Café de l'Homme (Paris), ou la plus belle terrasse de Paname avec sa vue imprenable sur la Dame de Fer

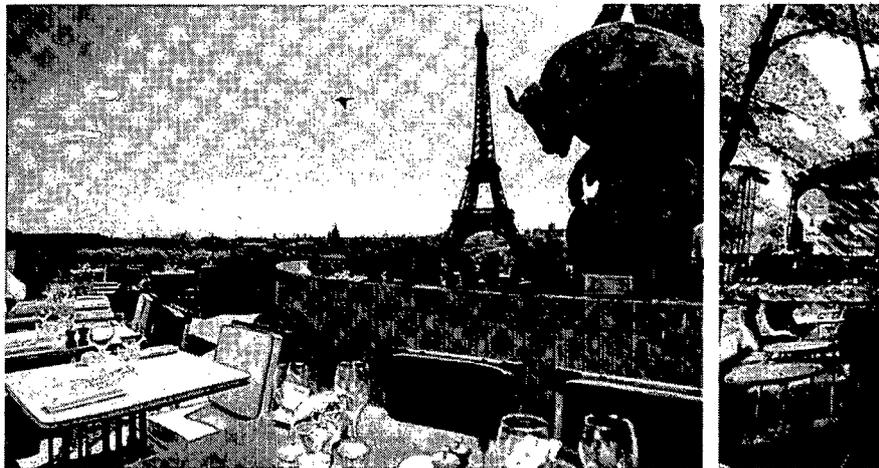
La Grande Surface (Paris), une galerie festive hybride où l'Art rencontre la fête en plein cœur de la Capitale

La Maison (Lyon), une splendide maison bourgeoise d'époque ouverte sur un vaste jardin et rythmée par son club

La Centrale (Toulouse), LE coin calme par excellence niché au bord de la Garonne parmi les arbres toulousains

La Môme (Cannes), un endroit magique où l'on peut trinquer les pieds dans le sable et les yeux vissés sur l'horizon

La Maison Wissant (Pas-de-Calais), toute neuve et nichée sur la Côte d'Opale dans le Ch'nord



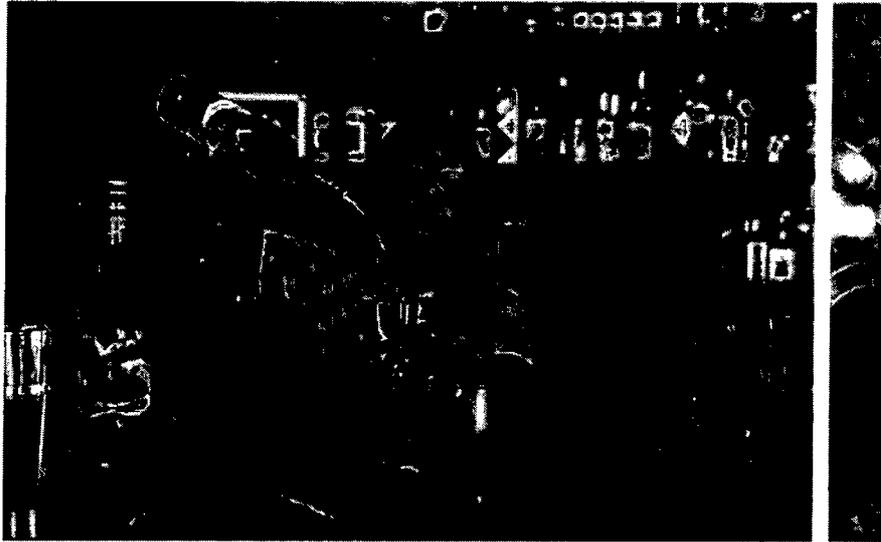
En ce qui nous concerne, notre prochaine destination est le **SPLASH** d'Asnières-sur-Seine **le 13 septembre pour y découvrir les trois cocktails proposés en totale exclu** : le *French Mule* pour l'apéritif, qui révèle l'intensité de la vodka par le peps du gingembre ; le *Sea Breeze* et ses arômes de cranberries et de pamplemousse ; et enfin le *Pornstar Martini* qui dévoile la douceur de la GREY GOOSE vanille mélangée au fruit de la passion.

Niveau activités on ne sera pas en reste lors de cette soirée exceptionnelle – toujours au **SPLASH** –, puisque que





des activités surprenantes et autres surprises sont à prévoir : un atelier couronne de blé, la dégustation d'un cocktail glacé Ice Roll, et bien plus encore... On vous avait bien dit que **GREY GOOSE vous réservait des moments uniques et sans compromis !**



Tut tut tut, pas d'excuse du style "*Je peux pas j'ai aquaponey*" ou bien "*C'est trop loin*" parce que non seulement ça dure toute l'année, mais en plus – vous l'avez compris – **ces événements s'étaient dans toutes les grandes villes de France**. Bref, **pas de compromis** pour venir dans ces lieux inédits ! Oh et on n'oublie pas d'inviter modération aux festivités d'accord ?

C'est où ? À Paris (4 lieux), Lyon, Wissant, Cannes et Toulouse

C'est quand ? À partir de septembre 2019

@GREYGOOSE - #SANSCOMPROMIS - Du Blé, de l'Eau et des Hommes

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

Partager cet article !

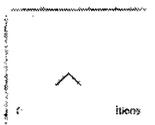




À découvrir aussi...

Food

C'est l'heure de l'assemblage !



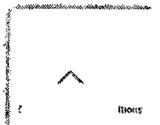


Food

La délicieuse vodka bio pour les papas frenchy

Food

LA boisson essentielle des soirées d'été

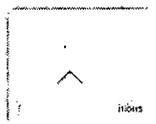


Événement Société

Ces actions frenchy qui sauvent les océans

Food

Le pionnier du gin français fête ses 25 ans





Les meilleures microbrasseries de France

Food

Les confidences des Apprentis-vignerons à Bordeaux



Food

La boisson de l'été nous vient de Provence !

Suivez-nous

Rejoignez la communauté des Petits Frenchies ♥

 **Facebook**

 **Instagram**

 **Twitter**

 **Spotify**

 **Pinterest**

 **Mapstr**

Abonnez-vous à la Frenchletter !

Recevez des idées relevées à la sauce frenchy et des exclu' de la crème des marques françaises !

Adresse email

S'inscrire





Partenaires Mentions légales & politique de confidentialité

Recrutement Logos Une marque du groupe

Les Petits Frenchies © 2021. Tous droits réservés.



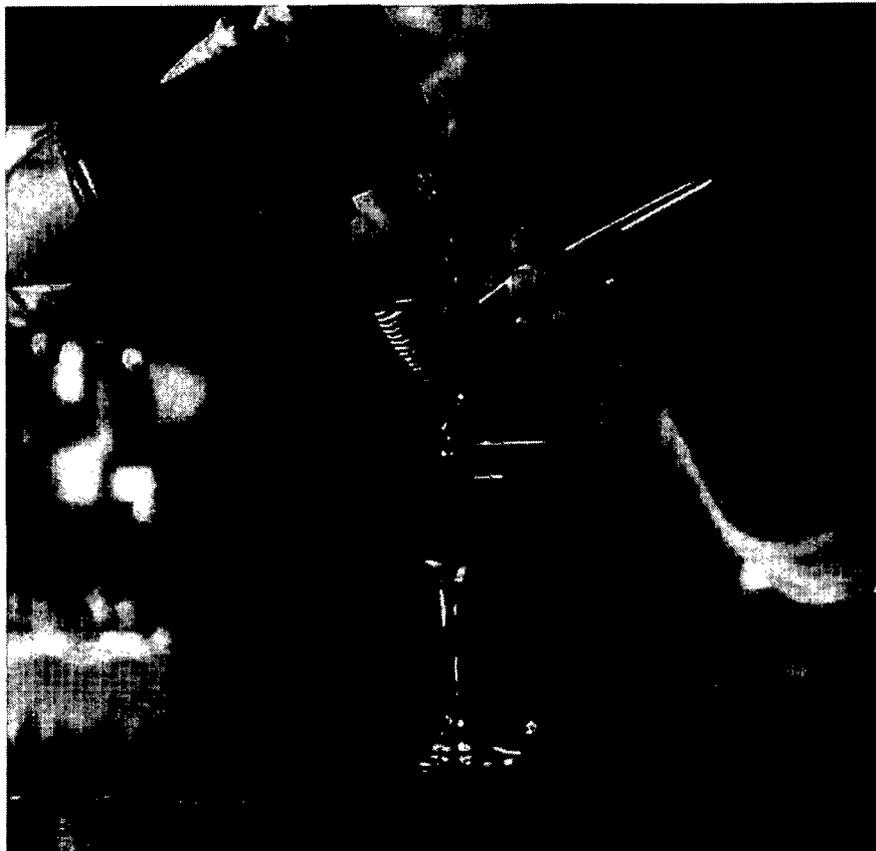


♥ S'abonner

Food

GREY GOOSE investit le SPLASH : prêts pour un moment unique ?

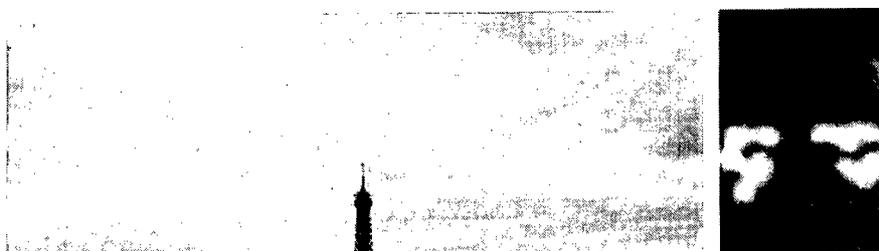
Accueil / Tous les articles / Food / GREY GOOSE investit le SPLASH : prêts pour un...

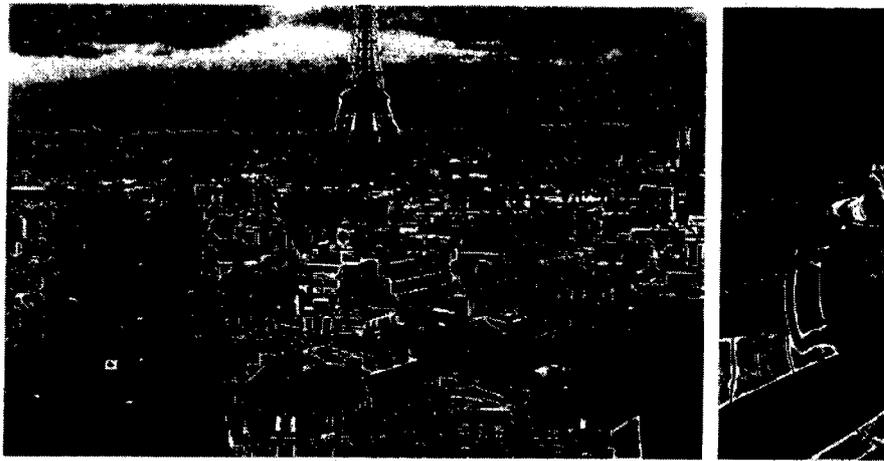


L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION

Découvrir !

Par Les Petits Frenchies - Le 10 septembre 2019 - Article partenaire





Ça y'est, tout le monde a fini de rôtir sous le soleil ? On a tranquillement repris le chemin du travail et rouvert son ordinateur en douceur ? **Attendez une petite minute, l'été n'a pas dit son dernier mot...**

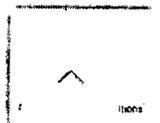
Pour cette rentrée, **on vous réserve encore des surprises !** Elaborée avec du blé tendre d'hiver de Picardie et de l'eau de source de Gensac-la-Pallue, **la vodka super-premium et 100% française GREY GOOSE** débarque dans des bars ultra-tendances pour en faire des lieux uniques où pleins de surprises vous attendent !

On se donne donc rendez-vous **dans l'un des 8 lieux répartis à travers tout l'Hexagone.** Nous, on court tout droit dans celui de Paname, **le SPLASH** (Asnières-sur-Seine), un tout nouveau bistrot sur l'eau qui vient d'ouvrir ses portes. Et c'est sur sa terrasse que le spiritueux a choisi d'être servi ! **Lors de la soirée du 13 septembre nous pourrons y découvrir les 3 cocktails** proposés en totale exclu : *le French Mule* pour l'apéro, qui révèle l'intensité de la vodka par le peps du gingembre ; *le Sea Breeze* et ses arômes de cranberries / pamplemousse ; et enfin *le Pornstar Martini* qui dévoile la douceur de la GREY GOOSE vanille mélangée au fruit de la passion.

Et au-delà des cocktails, **de nombreuses activités surprises seront au rendez-vous.** On pourra tour à tour se tresser une couronne de blé, déguster un cocktail glacé Ice Roll... Et finalement, nos verres bien frais en main, **se moquer gentiment de l'hiver qui semble encore très loin.**

C'est où ? SPLASH, Port Van Gogh – Asnières-sur-Seine
C'est quand ? Le 13 septembre 2019 de 19h à minuit

@GREYGOOSE – #SANSCOMPROMIS



**L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, A
CONSOMMER AVEC MODÉRATION.**

Découvrir !

Partager cette pépite !



À découvrir aussi...

Food

C'est l'heure de l'assemblage !





Food

La délicieuse vodka bio pour les papas frenchy

Page: 169-169/226 Plt:1 Anx:aucun Spa:10702725 IdPli:951342499

Food

LA boisson essentielle des soirées d'été



Food

Le pionnier du gin français fête ses 25 ans

Food

Les meilleures microbrasseries de France





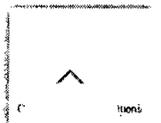
Food

Les confidences des Apprentis-vignerons à Bordeaux

Page:171-171/226 Pli:1 Anx:aucun Spa:10702725 IdPli:951342499

Food

La boisson de l'été nous vient de Provence !



Food

Les Apprentis-vignerons se lancent dans la vendange et vinification

Suivez-nous

Rejoignez la communauté des Petits Frenchies ♥

 Facebook

 Instagram

 Twitter

 Spotify

 Pinterest





 **Mapstr**

Abonnez-vous à la Frenchletter !

Recevez des idées relevées à la sauce frenchy et des exclu' de la crème des marques françaises !

Adresse email

S'inscrire

[Partenaires](#)

[Mentions légales & politique de confidentialité](#)

[Recrutement](#)

[Logos](#)

[Une marque du groupe](#)

Les Petits Frenchies © 2021. Tous droits réservés.





le Bonbon

Une soirée cocktails dans un tout nouveau bar... les pieds dans l'eau

Rachel Thomas Soirées Publié le 30 Août 2019 à 12h40



Envie de retourner en vacances ? Comme on vous comprend ! Sachez que ce sont les vacances qui viennent à nous dans un tout nouveau bar nommé Splash. Lors d'une soirée spéciale, on pourra déguster des cocktails en exclusivité tout en profitant d'un cadre idyllique.

PUBLICITÉ



**le Bonbon**

NOUVELLE COLLECTION LUCKY

Move Color**En Savoir !**

Messika Paris - Sponsored

La célèbre marque de vodka super-premium Grey Goose investit le Splash, un bar tout nouveau, tout beau, sur l'eau... et oui, la dolce vita estivale continue encore un peu. Et pour lancer ce beau projet, quoi de mieux qu'une soirée spéciale pour découvrir la vodka autrement ?

Le 13 septembre, on note une croix dans son agenda. Toujours au Splash, une soirée surprenante se prépare : des cocktails Grey Goose conçus par des professionnels de la mixologie seront à déguster en exclusivité. Allez, comme on est sympa, voici les recettes vedettes que l'on pourra retrouver :

- Le fameux **French Mule**, un cocktail de caractère composé de gingembre et d'angostura
- Le **Sea Breeze** et ses arômes fruités pamplemousse et cranberries
- Le **Pornstar Martini** aux notes de fruit de la passion qui relève les saveurs de la vodka vanille, pour retrouver un goût de vacances (ça nous avait manqué !)





le Bonbon

seront proposées. Ateliers de cocktails de bar,
stand de cocktails glacés Ice Roll, entre autres... Une soirée sans compromis qui sera rythmée par des ateliers et plein de surprises, pour en faire un moment unique !

Prêts à vivre l'expérience ? **50 x 2 places sont à gagner** pour aller vivre l'évènement et démarrer la rentrée de la meilleure des façons !

Grey Goose : un savoir-faire unique

L'**authenticité** de cette vodka n'est plus à prouver, le blé utilisé est indéniablement l'une des clés de son succès. Seule ou en cocktail, la vodka Grey Goose se déguste en toute occasion : au brunch, à l'apéro ou lors d'un dîner... **Grey Goose, c'est une vodka super-premium 100% française**, incontournable dans le milieu de la mixologie. C'est le fruit de la rencontre entre **le blé de Picardie et de l'eau de source naturelle**. Une association unique qui révèle un goût remarquable et en fait une **référence en matière de vodka**.



On vous en dit un peu plus sur les raisons de ce succès :



le Bonbon

la région surnommée « le panier à pain »,
le blé tendre d'hiver de Picardie et de l'eau
de source naturelle de Gensac-la-Pallu,
en Charente.

- Une **distillation unique** en continue
- Une **traçabilité** du champ à la bouteille :
tout est 100% français, contrôlé et testé
pour assurer une **qualité constante** et
premium

13 septembre 2019

**Soirée privée cocktails par GREY GOOSE -
Entrée uniquement sur invitation
SPLASH, Asnières-sur-Seine**

(On vous voit venir, "Asnières ça fait loin" ...
Oui mais le spot vaut le détour et la soirée
promet d'être magique, alors on tente de
gagner son invit', on brandit sa carte Navigo et
on vient profiter)

@GREYGOOSE #SANSCompromis

*L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA
SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.*

**Pour gagner ton invitation, c'est juste en
dessous !**



**50 x 2 places sont à gagner pour
la soirée Grey Goose**

Jouer



le Bonbon

Découvrir Le Bonbon TV



Ailleurs sur le Bonbon

Macron giflé dans la Drôme : les réactions des internautes

KIUTE : le site pour se faire coiffer, masser, épiler... à moitié prix à Paris

Paris : Quel est l'énorme bruit qui a retenti dans les rues ce jeudi ?

Job de rêve : être payé 1200€ par mois pour faire la sieste



JOB DE RÊVE : Voyage gratuitement avec 3 compagnons pendant un an !

Agathe S Good News Publié hier à 16h38



Page:179-179/226 Pli:1 Anx:aucun Spa:10702725 IdPli:951342499

© imaginima / Istock

Et si tu faisais partie des 12 chanceux.se.s sélectionné.e.s pour passer l'année en voyage, tous frais payés ?

C'est le genre de nouvelles qui donnent le smile, et qui font rêver. Un peu comme quand on joue à l'euro million et qu'on pense à tout ce qu'on ferait avec 100 millions d'euros en poche. Là, on s'imagine déjà parcourir le monde, logements et trajets payés pendant 10 mois ! Cette expérience inédite vise à aider Airbnb à développer et améliorer son offre.

Comment ça fonctionne ?



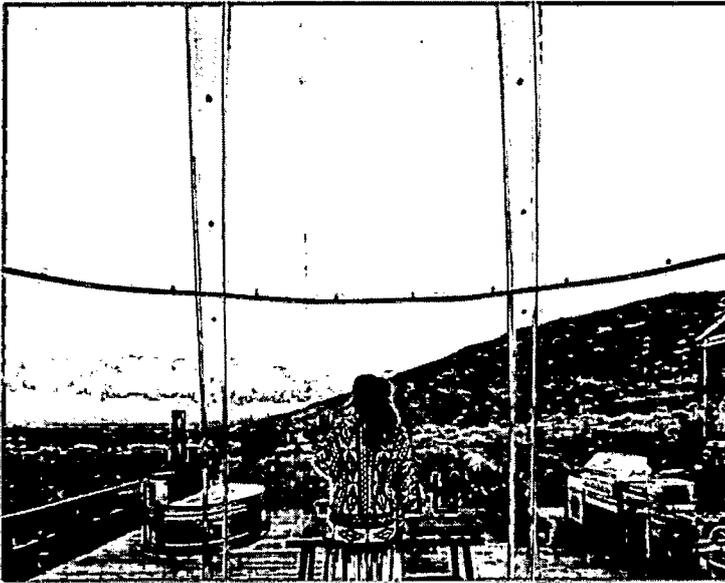
le Bonbon

Airbnb aux 12 heureux.se.s gagnant.e.s ! Pour participer ? Rien de plus simple, il suffit de soumettre sa candidature juste ici avant le 30 juin, et de croiser très fort les doigts. Les seuls pré-requis pour s'inscrire : avoir plus de 18 ans, et avoir le goût de l'aventure !



airbnb
Joshua Tree, California

[View Profile](#)



Le petit gros plus !

Et attention, ce n'est pas tout ! Vous pourrez amener avec vous jusqu'à 3 compagnons de voyage dans cette folle aventure, le rêve !



airbnb
4.8M followers

[View Profile](#)



le Bonbon

View More on Instagram

92,899 likes

airbnb

Our most-liked Instagram photos of 2020 reflect a powerful sense of wanderlust with so many people dreaming of traveling as soon as it is safe to do so.

Photos were 'grammed by the Airbnb community - swipe left to see more.

[view all 933 comments](#)

Add a comment...

Découvrir Le Bonbon TV

Les 18-25 ans peuvent bénéficier d'une aide de 200 euros pour partir en vacances !



le Bonbon

Covid-19 : cette carte interactive rassemble les restrictions de voyage par pays

Paris : Les 6 meilleures guinguettes pour un été de fête



**Les Mags
Contacts
Jobs
Agency
BBprod**

Mentions légales

Politique de confidentialité

le Bonbon © 2009-2021 Tous droits réservés





les
Petits
Frenchies



S'abonner

Food

GREY GOOSE débarque à Lyon : un apéro sans compromis

Accueil / Tous les articles / Food / GREY GOOSE débarque à Lyon : un apéro sans...



Découvrir !

Par Les Petits Frenchies - Le 25 septembre 2019 - Article partenaire



Confidentialité - Conditions



Aaaah Lyon, tes berges, tes péniches, tes innombrables quartiers et monuments chargés d'Histoire... De la vieille ville à la presqu'île en passant par la Croix Rousse et le Parc de la Tête d'Or, pas étonnant que certains de tes quartiers soient inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO **tant tu nous mets des étoiles plein les yeux**. C'est pour cette raison que GREY GOOSE a décidé de poser non pas ses valises, mais ses verres à cocktail dans la Ville Lumière !

La marque française va donc investir La Maison à Lyon, une splendide maison bourgeoise d'époque rythmée par son club, ouverte sur un vaste jardin extérieur et un duo de terrasses qui vont bien. Au programme ? **Trois cocktails signés GREY GOOSE** : le *Sea Breeze* au cranberry et pamplemousse, la balance parfaite entre l'amer et l'acide, le *French Mule* - notre pref -, frais, épicé, totalement français, et enfin l'incontournable *Pornstar Martini*, dont la douceur de la vanille est relevée par le peps du fruit de la passion. Le tout **servi par des experts de la mixologie**.

C'est tout ? Bien sûr que non : on y trouvera également **une ribambelle d'activités surprises**, telles qu'un cocktail glacé Ice Roll ou encore de quoi se tresser une couronne de blé... Mais on ne vous en dit pas plus. Résultat ? **Un apéritif d'exception et sans compromis !** Alors rendez-vous ce mois-ci à Lugdunum, **vous y êtes d'ores et déjà attendus**.

C'est où ? La Maison - 4 Rue Jonas Salk, 69007 Lyon
C'est quand ? Le 30 septembre 2019 de 19h à minuit

@GREYGOOSE - #SANSCOMPROMIS

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, A CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

Découvrir !



Partager cette pépite !



À découvrir aussi...

Food

C'est l'heure de l'assemblage !



Food

La délicieuse vodka bio pour les papas frenchy

Food

LA boisson essentielle des soirées d'été



Food

Le pionnier du gin français fête ses 25 ans

Food

Les meilleures microbrasseries de France

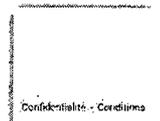


Food

Les confidences des Apprentis-vignerons à Bordeaux

Food

La boisson de l'été nous vient de Provence !



Food

Les Apprentis-vignerons se lancent dans la vendange et vinification

Suivez-nous

Rejoignez la communauté des Petits Frenchies ❤️

 **Facebook**

 **Instagram**

 **Twitter**

 **Spotify**

 **Pinterest**

 **Mapstr**

Abonnez-vous à la Frenchletter !

Recevez des idées relevées à la sauce frenchy et des exclu' de la crème des marques françaises !

Adresse email

Confidentialité - Conditions



S'inscrire

[Partenaires](#) [Mentions légales & politique de confidentialité](#)

[Recrutement](#)

[Logos](#)

Une marque
du groupe

Les Petits Frenchies © 2021. Tous droits réservés.

Comme chez toi mais en mieux, une soirée cocktails à La Maison

Timothée News Publié le 30 Septembre 2019 à 14h00



L'été a beau être fini, hors de question de rester cloîtré à l'intérieur ! Il nous reste encore quelques jours de beau temps (merci à l'été indien), alors profitons de ce moment sur une des plus belles terrasses lyonnaises. Suivez le guide...

PUBLICITÉ

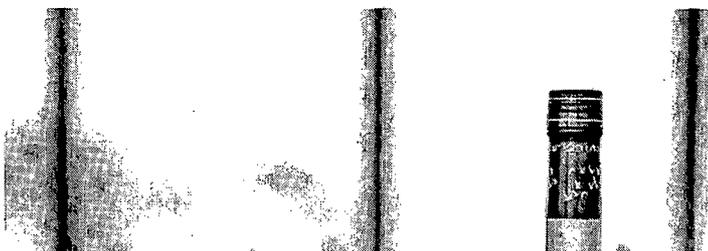


La célèbre marque de vodka super-premium Grey Goose s'installe à La Maison, avec pour objectif de faire découvrir sa vodka 100% française aux lyonnais. **Cadre idéal, cocktails exclusifs et de nombreuses activités surprises : la recette parfaite pour une soirée sans compromis.**

Pour le cadre, direction **La Maison** dans le 7ème arrondissement. Un **intérieur branché**, un **esprit guinguette** à l'extérieur avec une **terrasse immense**, le tout sublimé par une **ambiance feutrée**, c'est un lieu incontournable pour tous les lyonnais ainsi qu'un des endroits les plus **branchés de la ville**. Quoi de mieux pour une soirée Grey Goose ?

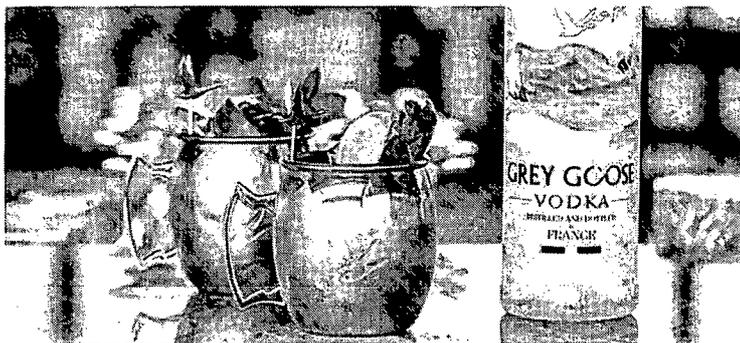
Notez bien la date : le **30 septembre**. A peine arrivé, place aux surprises ! **Grey Goose** a tout prévu avec notamment des **cocktails iconiques** préparés sous vos yeux par des professionnels de la **mixologie** :

- Le fameux **French Mule**, un cocktail de caractère composé de gingembre et d'angostura
- Le **Sea Breeze** et ses arômes fruités pamplemousse et cranberries
- Le **Pornstar Martini** aux notes de fruit de la passion qui relève les saveurs de la vodka vanille





le Bonbon



Mais ce n'est pas tout ! Différentes activités seront proposées. Au programme : atelier de **couronnes de blé**, **stand de cocktails glacés Ice Roll**, entre autres... Une soirée sans compromis qui sera rythmée par des ateliers et plein de surprises, pour en faire un moment unique !

Prêts à vivre l'expérience ? **100 x 2 places sont à gagner** pour aller vivre l'évènement et démarrer la rentrée de la meilleure des façons !

Grey Goose : un savoir-faire unique

L'authenticité de cette vodka n'est plus à prouver, les ingrédients étant indéniablement l'une des clés de son succès. **Grey Goose, c'est une vodka super-premium 100% française**, incontournable dans le milieu de la mixologie. C'est le fruit de la rencontre entre le **blé de Picardie et de l'eau de source naturelle**. Une association unique qui révèle un goût remarquable et en fait une **référence en matière de vodka**. Seule ou en cocktail, la vodka Grey Goose se déguste en toute occasion : au brunch, à l'apéro ou lors d'un dîner...



**le Bonbon**

On vous en dit un peu plus sur les raisons de ce succès :

- Des ingrédients 100% français de qualité : un **blé de qualité premium**, produit dans la région surnommée « le panier à pain », le blé tendre d'hiver de Picardi et de l'eau de source naturelle de Gensac-La-Pallue, en Charente.
- Une **distillation unique** en continue
- Une traçabilité du champ à la bouteille : tout est 100% français, contrôlé et testé pour assurer une **qualité constante** et super-premium

**Soirée privée cocktails par GREY GOOSE -
Entrée uniquement sur invitation
4 Rue Jonas Salk, 69007 Lyon
30 septembre 2019
Plus d'informations sur La Maison**

@GREYGOOSE #SANSCOMPROMIS

*L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA
SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.*

**Pour gagner ton invitation, c'est juste en
dessous !**

LeBonbon



le Bonbon

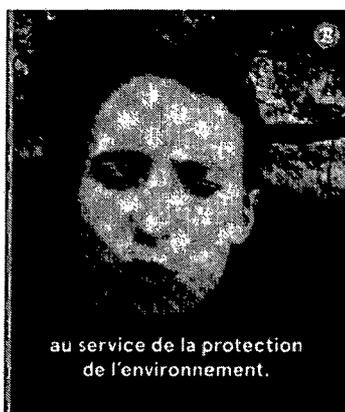
Jouer



329 participations

[Politique de confidentialité](#)

Découvrir Le Bonbon TV



Ailleurs sur le Bonbon

Macron giflé lors de sa visite dans la Drôme : les réactions des internautes

Top des vidéos les plus drôles de Khaby Lame, le mec le plus rigolo d'Internet

EXCLU : un incroyable resto-rooftop sur le thème d'Avatar débarque sur le toit de la Part-Dieu



le Bonbon



**Les Mags
Contacts
Jobs
Agency
BBprod**

[Mentions légales](#)

[Politique de confidentialité](#)

le Bonbon

© 2009-2021

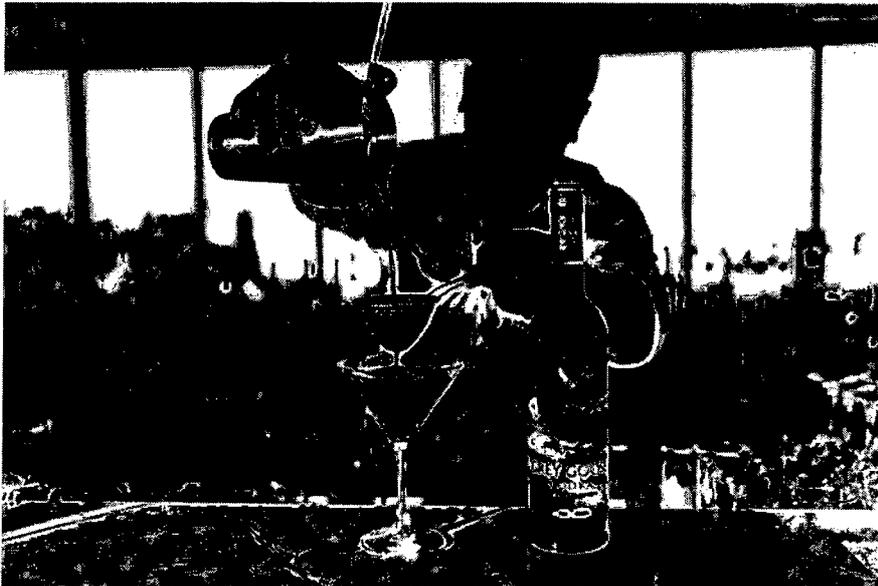
Tous droits réservés



Food

GREY GOOSE nous fait aimer l'automne : au top du top !

Accueil / Tous les articles / Food / GREY GOOSE nous fait aimer l'automne : au...



Découvrir !

Par Les Petits Frenchies - Le 11 octobre 2019 - Article partenaire



Confidentialité - Conditions



Comme chaque année on l'a bien vu venir, mais c'était inévitable : l'automne, ses petites gouttes et les premières écharpes sont déjà de sortie... Sauf que cette fois-ci **on n'a pas voulu se laisser faire !** Et c'est la **vodka 100% française GREY GOOSE** qui met fin à cette histoire de feuilles mortes en proposant ses cocktails dans un lieu ultra tendance à Paris... Suivez-nous !

Projetez-vous... Vous êtes au cœur de Paris dans Le Marais, vous prenez cet ascenseur et appuyez sur la touche 5 puis "**Bling !**", les portes s'ouvrent... Et vous voilà sur le rooftop le plus cool de la Capitale, aussi simplement que ça. **AU TOP** – littéralement –, c'est **LE** lieu cool pour sortir avec les copains : **une terrasse secrète avec vue à 360° imprenable sur les toits de Paname**, au-dessus de la ville et son agitation, comme une bulle de détente figée dans le temps. Alors forcément avec un endroit pareil, il n'y avait que GREY GOOSE pour décider de **s'y installer illico et sans compromis**, en proposant leur carte de cocktails dédiée servie sur un bar dressé pour l'occasion :

- le **French Mule** qui révèle tout son peps par le gingembre
- le **Grand Fizz Twisté** et l'association unique de GREY GOOSE et St-Germain
- le **Bloody Mary**, un cocktail qui allie tomate, agave et tabasco pour une union parfaite.
- et enfin l'**Espresso Martini** pour les fins de repas dont la liqueur de café révèle toute l'intensité de la vodka

On a d'ailleurs eu la chance d'aller y faire un tour – juste pour voir ! – et **autant vous dire qu'on Valide avec un grand V**. Un petit *Espresso Martini* signé GREY GOOSE à la main, et nous sommes **AU TOP**... **Alors c'est à votre tour maintenant !**

C'est où ? AU TOP – 93 Rue Vieille du Temple, 75003 Paris
C'est quand ? Du lundi au vendredi de 18h à 2h, samedi et dimanche de 9h à 2h.



@GREYGOOSE - #SANSCOMPROMIS

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, A
CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

Découvrir !

Partager cette pépite !



À découvrir aussi...

Food





Food

La délicieuse vodka bio pour les papas frenchy

Food

Confidentiel - Conditions

LA boisson essentielle des soirées d'été

Food

Le pionnier du gin français fête ses 25 ans

Food





Food

**Les confidences des Apprentis-vignerons à
Bordeaux**

Food

La boisson de l'été nous vient de Provence !

Food

Les Apprentis-vignerons se lancent dans la vendange et vinification

Suivez-nous

Rejoignez la communauté des Petits Frenchies ❤️

f Facebook

Instagram

<https://petitsfrenchies.com/grey-goose-nous-fait-aimer-lautomne/>

Confidentialité - Conditions



 **Twitter**

 **Spotify**

 **Pinterest**

 **Mapstr**

Abonnez-vous à la Frenchletter !

Recevez des idées relevées à la sauce frenchy et des exclu' de la crème des marques françaises !

Adresse email

S'inscrire

[Partenaires](#)

[Mentions légales & politique de confidentialité](#)

[Recrutement](#)

[Logos](#)

[Une marque
du groupe](#)

Les Petits Frenchies © 2021. Tous droits réservés.

Confidentialité - Conditions

Annexe 2

EXPOSE DES MOYENS TIRES DE LA COMPARAISON DES SIGNES

I. L'impact de la marque antérieure auprès du public

Il sera rappelé que, selon la jurisprudence de la Cour de Justice des Communautés Européennes, le risque de confusion entre deux marques « *est d'autant plus élevé que le caractère distinctif de la marque antérieure s'avère important* » (cf. arrêt de la Cour de Justice du 11 novembre 1997, Sabèl/PUMA, C-251/95, paragraphes 22 et 24). De même, « *les marques qui ont un caractère distinctif élevé, soit intrinsèquement, soit en raison de la connaissance de celles-ci sur le marché, jouissent d'une protection plus étendue que celles dont le caractère distinctif est moindre* » (cf. arrêt de la Cour de Justice du 29 septembre 1998, Canon, C-39-97, paragraphe 18).

En l'espèce, le risque de confusion est particulièrement renforcé compte-tenu de la forte distinctivité



des marques et , pour les produits qu'elle désigne et de son importante renommée.

En effet, la marque de vodka a été fondée en 1997, par la société BACARDI & COMPANY LIMITED (Voir **pièce n°1**), et a fait l'objet d'une très large commercialisation notamment en France. Il fait partie des vodkas reconnues en France et dans le monde, et a notamment gagné de nombreuses récompenses (Voir **pièce n°2**).



Les produits marqués GREY GOOSE, et , jouissent d'ailleurs d'une communication constante et abondante. (Voir les promotions d'évènements en **pièce n°2** et les articles de presse et post sur les réseaux sociaux en **pièce n°3**, ainsi que les campagnes de publicité en **pièce n°4**)

Cette communication se fait aujourd'hui grâce, aussi, à une forte présence sur les différents réseaux sociaux comme Facebook, Instagram ou encore YouTube (**pièce n° 3** et **5**). Vous noterez à cet égard que le nombre d'abonnés sur ces réseaux est très important (**pièce n°3**).

Il faut également noter la large diffusion de la marque MARTINI par une activité intensive de sponsoring et de parrainage dans des domaines tels que les festivals majeurs de cinéma (notamment sponsor et boisson officielle du Festival international du film de Sundance en 2010, ou sponsor du Festival de Cannes la même année – Voir **pièce n° 2**)

En outre, les produits marqués MARTINI ont connu une notoriété constante auprès du consommateur, le volume de vente de ces produits ayant significativement augmenté entre 2009 et 2019 (**pièce n°2**).



Les marques et ont ainsi fait l'objet d'une exposition large et constante pendant plus de 20 ans auprès du consommateur français.

Il doit donc être reconnu que la marque antérieure jouit d'un impact puissant auprès du public au niveau national.



Les vodkas  et  sont commercialisées à destination des particuliers (consommateurs moyens) que cela soit dans les grands magasins tels que AUCHAN ou LIDLE, ou dans des magasins plus spécialisés tels que la MAISON DU WISKY (pièce n°6).

Cette situation renforce le risque de confusion et d'association entre les marques en présence qui présentent des ressemblances troublantes du fait des similitudes en matière de produits (cf. Annexe 1) et en matière de signes (cf. ci-dessous).

II. Imitation de la marque opposée

Les marques en cause sont les suivantes :

| Marques antérieures invoquées | | Demande de marque contestée | |
|--|--|---|--|
|  |  |  |  |

Conformément à la jurisprudence de la Cour de Justice des Communautés Européennes, le risque de confusion entre deux marques "doit être apprécié globalement en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce. Cette appréciation globale doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, auditive ou conceptuelle des marques en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par les marques, en tenant compte, notamment, des éléments distinctifs et dominants de celles-ci." (voir arrêt du 11 novembre 1997 dans l'affaire C-251/95, Sabèl BV contre Puma AG, Rudolf Dassler Sport, publié au JO OHMI n° 1/1998, pages 79 et suivantes).

Faisant application de cette jurisprudence, il apparait clairement que la demande d'enregistrement



contestée réalise à l'évidence une contrefaçon par imitation des marques antérieures et , susceptible de générer un risque de confusion dans l'esprit du public.



En outre, il sera noté que « Aux fins de cette appréciation globale, le consommateur moyen de la catégorie de produits concernée est censé être normalement informé et raisonnablement attentif et avisé (voir, en ce sens, arrêt du 16 juillet 1998, Gut Springenheide et Tusky, C-210/96, Rec. p. I-4657, point 31). Cependant, il convient de tenir compte de la circonstance que **le consommateur moyen n'a que rarement la possibilité de procéder à une comparaison directe des différentes marques mais doit se fier à l'image non parfaite qu'il en a gardée en mémoire.** Il échet également de prendre en considération le fait que le niveau d'attention du consommateur moyen est susceptible de varier en fonction de la catégorie de produits ou services en cause. » (Arrêt de la Cour du 22 juin 1999. – Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH contre Klijsen Handel BV. Affaire C-342/97. Recueil de jurisprudence 1999 page I-0381)

Au regard de cette jurisprudence, le risque de confusion entre les marques sera d'autant plus renforcé pour le consommateur moyen.

L'ensemble de ces marques représentent des bouteilles de boissons alcoolisées. En outre, la demande de marque contestée présente différents éléments fortement similaires à ceux présents dans les marques antérieures, et notamment :

- Une capsule (ou coiffe) bleue avec des oiseaux blancs ;
- Une représentation d'oiseaux en vol au-dessus des montagnes ;
- Un dessin de montagne dont les couleurs sont, là encore, similaires (bleue et blanc) ;
- Un dessin du reflet de ces montagnes dans les mêmes nuances de couleurs ;
- Une marque verbale positionnée sous les montagnes, représentée principalement en bleue ;

Le risque de confusion entre les différentes marques se trouve renforcé dans la mesure où l'ensemble des éléments ci-dessus évoqués sont placés exactement de la même façon et dans le même ordre sur les bouteilles.

La demande de marque contestée, tout comme les marques antérieures, reprend en outre les couleurs bleue, blanc et rouge, évoquant le drapeau français. Ainsi, le consommateur pourrait comprendre que ces marques sont produites en France.

De plus, ces marques représentant des bouteilles sont composées d'un même effet dit « glacé », pouvant faire référence au produit commercialisé, dans la mesure où la vodka est traditionnellement congelée avant d'être consommée.

Enfin, la représentation de montagne pour ce type de produits n'est pas coutumière et n'est pas habituellement utilisée pour représenter une bouteille de vodka. Ce produit est en effet associé à la Russie et est traditionnellement produit à partir de céréales et de pommes de terre. Ainsi, le public concerné associera les montagnes avec les produits de la société BACARDI & COMPANY LIMITED.



L'ensemble des éléments ci-dessus évoqués produit une même impression d'ensemble, ce qui entraîne un risque de confusion pour le consommateur.

Ces similitudes peuvent conduire le consommateur à croire à une origine commune des produits et services en cause. En effet, il est usuel que les gammes de produits ou de services se déclinent et s'identifient par un élément identique auquel l'élément secondaire serait décliné d'une manière proche. On pourrait ainsi croire que la société BACARDI & COMPANY LIMITED a décidé de varier son



activité afin de proposer une nouvelle gamme de produits sous la marque (par exemple une déclinaison de sa marque principale ou une série limitée), ou encore qu'elle chercherait à renouveler sa communication marketing.

Il existe donc de très fortes ressemblances visuelles entre les marques en présence pris dans leur ensemble et ce, comme précédemment démontré, pour désigner des produits identiques ou très fortement similaires.

L'impression d'ensemble produite par les signes distinctifs comparés est donc très fortement similaire et susceptible de générer une confusion auprès de la clientèle.

Le risque de confusion est d'autant plus accentué que, comme indiqué ci-dessus, la marque opposée bénéficie d'une très forte notoriété, notamment en France.

Compte tenu de ces éléments, il apparaît donc que le public sera porté à croire que les produits



désignés par la demande d'enregistrement n° 1579492 ont la même origine que ceux désignés



par les marques antérieures n° 890134 et n° 017563801, ces derniers pouvant provenir du titulaire de ces marques ou d'entreprises qui lui sont économiquement liées.



Par conséquent, la marque contestée n° 1579492 constitue bien la contrefaçon par imitation des



marques antérieures n° 890134 et n° 017563801, et ne peut donc être adoptée pour désigner des produits identiques et/ou similaires sans porter atteinte aux droits antérieurs de la société BACARDI & COMPANY LIMITED sur la marque précitée.



L'opposante demande donc à l'INPI de rejeter l'enregistrement de la marque **n° 1579492.**



Annexe 1

EXPOSE DES MOYENS TIRES DE LA COMPARAISON DES PRODUITS

La présente opposition est formée à l'encontre de l'ensemble des produits visés par la demande de



marque internationale désignant la France contestée n° 1579492, déposée le 30 décembre 2020 par la société F&I Beverages AG :

« 33 – Vodka ; gin ; vins, à savoir vins mousseux. ».

Les marques antérieures sur lesquelles se fonde la présente opposition sont la marque de l'Union



Européenne n° 017563801, déposée le 5 décembre 2017 en classe 33 et la marque internationale



désignant l'Union Européenne n° 890134, déposée le 22 mai 2006 en classe 33, au nom de la société BACARDI & COMPANY LIMITED.

1. Sont **identiques** les produits suivants de la marque contestée qui sont désignés dans la marque antérieure dans les mêmes termes ou des termes quasiment identiques :

| Demande de marque contestée | Marque antérieure |
|-----------------------------|-----------------------------|
| - Vodka | - Vodka d'origine Française |

2. Sont **identiques ou à tout le moins fortement similaires** les produits suivants :

| Demande de marque contestée | Marque antérieure |
|------------------------------------|---|
| gin ; vins, à savoir vins mousseux | Vodka d'origine Française Boissons alcoolisées (à l'exception des bières). |

Les « gin ; vins, à savoir vins mousseux » désignés par la demande de marque contestée doivent être considérés comme **identiques ou à tout le moins fortement similaires** à la « vodka d'origine

Française » désignée par la marque antérieure internationale désignant l'Union Européenne  n° 890134 et les « boissons alcoolisées (à l'exception des bières). » désignés par la marque de l'Union

Européenne  n° 017563801.

Les produits désignés par la demande de marque contestée apparaissent en relation étroite avec les produits désignés par la marque antérieure. En effet, les « gin ; vins, à savoir vins mousseux » font notamment parties de la catégorie générale des « boissons alcooliques (à l'exception des bières) » désignés par la marque de l'Union Européenne antérieure.

L'ensemble de ces produits peuvent en outre être commercialisés dans les mêmes rayons des grands magasins et dans les mêmes magasins spécialisés.

Enfin, ces produits sont susceptibles d'être consommés dans les même circonstances (apéritifs et/ou repas).

L'INPI considère en ce sens que « les « Boissons alcoolisées (à l'exception des bières) ; cidres ; digestifs (alcools et liqueurs) ; spiritueux ; vins d'appellation d'origine protégée ; vins à indication géographique protégée » de la demande d'enregistrement s'entendent tout comme les « vins mousseux » de la marque antérieure de boissons alcoolisées, susceptibles d'être consommés à des mêmes moments (apéritifs et repas) et d'être commercialisées dans des rayons identiques ou proches ; Que ces produits sont donc similaires par leur nature, fonction et destination communes, le public étant fondé à leur attribuer la même origine économique ». (INPI, OPP 15-4496 / JLJ, 09/03/2016, BRUT D'ARGENT c/ Bulle d'Argent).

Ainsi, il convient de considérer que les produits de la demande de marque contestée sont **identiques ou à tout le moins fortement similaires** aux produits couverts par la marque antérieure, ces derniers étant la catégorie générale dans laquelle entre les premiers.



L'utilisation de la marque objet de la demande contestée, serait de nature à engendrer un risque de confusion pour un consommateur normalement informé, raisonnablement attentif et avisé.



Les produits contestés au sein de la marque internationale désignant la France n° 1579492 sont effectivement susceptibles d'être rattachés à la même origine par la clientèle en raison de leur identité et/ou forte similarité avec les produits et services couverts par les marques opposées.

Cette affirmation est d'autant plus vraie que les signes en cause présentent de très fortes ressemblances d'ensemble.

Numéro de procédure : OP21-1951

Lieu de dépôt : En ligne

Date de l'opposition : 04/05/2021

Référence client : GP/MB/LIT/21/090

**Rubrique 1 : NOM ET ADRESSE DE L'OPPOSANT OU DE SON MANDATAIRE À QUI LA
CORRESPONDANCE DOIT ÊTRE ADRESSÉE**

Société/Cabinet : @MARK

Nom/Prénom : Monsieur DEGRAVE Christophe

Téléphone : 0148244040

Email : info@mark-france.com

Adresse :

16 Rue MILTON
75009 PARIS
FRANCE

Rubrique 2 : OPPOSANTS

Rubrique 2 - 1 : OPPOSANTS (Personne Morale)

Dénomination sociale : Bacardi & Company Limited

Forme juridique : Société de Droit Liechtensteinois

Adresse :

Aeulestrasse 5
FL-9490 Vaduz
LIECHTENSTEIN

Rubrique 3 : MANDATAIRE

Société/Cabinet : @MARK

Nom/Prénom : Monsieur DEGRAVE Christophe

Qualité : Avocat

Téléphone : 0148244040

Email : info@mark-france.com

Adresse :

16 Rue MILTON
75009 PARIS
FRANCE



Rubrique 4 : DEMANDE D'ENREGISTREMENT CONTESTÉE

Nom de la marque : FIRE & ICE

N° d'enregistrement international : 1579492

N° de la gazette OMPI de publication : 2021/8

Date d'enregistrement international : 30/12/2020

Document annexe : BASE INPI - Marque internationale désignant la France FIRE & ICE (semi-fig) n° 1579492.pdf - Copie marque contestée

Rubrique 5 : PRODUITS & SERVICES DE LA MARQUE CONTESTÉE POUR LESQUELS L'OPPOSITION EST FORMÉE

L'opposition est formée contre la totalité de la demande d'enregistrement.

Rubrique 6 : FONDEMENTS DE L'OPPOSITION

Rubrique 6 - 1 : Marque

Type de fondement : Marque

Origine de la marque : Marque internationale désignant l'Union Européenne

Nom de la marque : GREY GOOSE

Date d'enregistrement : 22/05/2006

N° d'enregistrement : 890134

Date d'inscription au registre international de l'extension : 21/06/2007

Qualité de l'opposant : Propriétaire dès l'origine

Date de publication du renouvellement : 09/06/2016

Cession partielle ? Non

Limitation ? Non

Renonciation ? Non

Produits et services identiques ? Oui

Produits et services similaires ? Oui

Signes identiques ? Non

Signes similaires ? Oui

Copie de la marque antérieure : Marque internationale désignant l'UE GREY GOOSE (semi-fig) n° 890134.pdf - Copie marque antérieure

Produits et Services servant de base à l'opposition :

| Classe(s) | Produits et services |
|-----------|----------------------------|
| 33 | Vodka d'origine française. |

Rubrique 6 - 2 : Marque

Type de fondement : Marque

Origine de la marque : Marque de l'Union Européenne

Nom de la marque : (Marque sans texte)

N° de dépôt : 017563801

Date de dépôt : 05/12/2017

Qualité de l'opposant : Propriétaire dès l'origine

Cession partielle ? Non

Limitation ? Non

Renonciation ? Non

Produits et services identiques ? Non

Produits et services similaires ? Oui

Signes identiques ? Non

Signes similaires ? Oui

Copie de la marque antérieure : EUIPO - Marque sans texte (figurative) n° 017563801.pdf - Copie
marque antérieure

Produits et Services servant de base à l'opposition :

| Classe(s) | Produits et services |
|------------------|--|
| 33 | Boissons alcoolisées (à l'exception des bières). |

Rubrique 7 : EXPOSÉ DES MOYENS

Néant

Rubrique 8 : ANNEXES

Néant

Rubrique 9 : PAIEMENT DES REDEVANCES INPI

Méthode de paiement : CB

| Prestation | Tarif | Quantité | Total |
|---|--------------|-----------------|--------------|
| Marques - Opposition | 400 | 1 | 400 |
| Par droit supplémentaire invoqué (au-delà du premier) | 150 | 1 | 150 |
| | | Total : | 550 |

Rubrique 10 : SIGNATAIRE

Nom/Prénom : Monsieur DEGRAVE Christophe

Qualité : Avocat

Email : oppo@mark-france.com

Date de signature : 04/05/2021

Ce document récapitule les données du dépôt déclarées conformes par le signataire.





Informations de dossier de MUE

(Marque sans texte)

017563801

Calendrier



Informations sur la marque

| | | | |
|--------------------------|--|-----------------------------|--------------------|
| Nom | (Marque sans texte) | Date de dépôt | 05/12/2017 |
| Numéro de dépôt | 017563801 | Date de l'enregistrement | 23/03/2018 |
| Base | MUE | Date d'expiration | 05/12/2027 |
| Date de réception | 05/12/2017 | Date de la désignation | |
| Type | Figurative | Langue de dépôt | Anglais |
| Nature | Individuelle | Deuxième langue | Français |
| Classes de Nice | 33 (Classification de Nice) | Référence de la demande | TM13193EU00 |
| Classification de Vienne | 03.07.06, 03.07.16, 03.07.24, 03.07.26, 19.07.01, 24.07.01, 24.07.23 (Classification de Vienne) | Statut de la marque | Enregistré |
| | | Caractère distinctif acquis | Non |

Représentation graphique



Produits et services

français (fr) ▼

33 Boissons alcoolisées (à l'exception des bières).

Description

Aucune donnée

Titulaires



Bacardi & Company Limited

| | | | | | |
|--------------|--------------------------------------|-------------|------------------------------|---|---|
| ID | 79581 | Pays | LI - LIECHTENSTEI | Adresse postale | Caché. Vous pouvez rendre vos coordonnées accessibles au public en les paramétrant via votre User Area. |
| Organisation | Bacardi & Company Limited | État/comté | n/a | Bacardi & Company Limited 267 Route de Meyrin CH-1217 Meyrin SUIZA | |
| Légal | Entité juridique | Ville | Vaduz | | |
| | | Code postal | FL-9490 | | Caché. Vous pouvez rendre vos coordonnées accessibles au public en les paramétrant via votre User Area. |
| | | Adresse | Aeulestrasse 5 | | |
| | | | | | Caché. Vous pouvez rendre vos coordonnées accessibles au public en les paramétrant via votre User Area. |

Représentants

BRANDSTOCK LEGAL RECHTSANWALTSGESELLSCHAFT MBH

| | | | | | |
|--------------|------------------------|-------------|---------------------------|--|---|
| ID | 11068 | Pays | DE - ALLEMAGNE | Adresse postale | Caché. Vous pouvez rendre vos coordonnées accessibles au public en les paramétrant via votre User Area. |
| Organisation | n/a | État/comté | n/a | BRANDSTOCK LEGAL RECHTSANWALTSGESELLSCHAFT MBH | |
| Légal | Personne morale | Ville | München | Rückertstr. 1 D-80336 München ALEMANIA | Caché. Vous pouvez rendre vos coordonnées accessibles au public en les paramétrant via votre User Area. |
| Type | Association | Code postal | 80336 | | |
| | | Adresse | Rückertstr. 1 | | Caché. Vous pouvez rendre vos coordonnées accessibles au public en les paramétrant via votre User Area. |

Correspondance

| De | Procédure | Numéro de dépôt | Objet | Date | Actions |
|----|----------------------|-----------------|---|------------|---------|
| | Demande d'inspection | 002584139 | D113 - Copie certifiée | 13/08/2018 | |
| | Demande d'inspection | 002584139 | D108m - Requête en inspection publique - Délivrance de copies, extraits ou communication d'informations | 13/08/2018 | |
| | Demande d'inspection | 002584139 | Formulaire de demande et pièce jointe | 13/08/2018 | |
| | MUE | 017563801 | L304 - Lettre d'accompagnement pour le certificat d'enregistrement | 28/03/2018 | |
| | MUE | 017563801 | Certificate | 27/03/2018 | |
| | MUE | 017563801 | L101F - Récépissé de dépôt d'une demande de marque de l'Union européenne (MUE) et notification d'attribution d'une date de dépôt provisoire | 05/12/2017 | |
| | MUE | 017563801 | Formulaire de demande et pièce jointe | 05/12/2017 | |
| | MUE | 017563801 | Figuratif | 05/12/2017 | |

Affichage 1 à 8 d'entrées8

Transformation d'un EI

Aucune donnée

Ancienneté

Aucune donnée

Priorité d'exposition

Aucune donnée

Priorité

Aucune donnée

Publications

| Numéro du Bulletin | Date | Section | Description |
|--------------------|------------|---------|--|
| 2017/238 | 15/12/2017 | A.1 | CTM_A_1_LEGAL_REFORM_PHASE_II |
| 2018/060 | 27/03/2018 | B.1 | Enregistrements non modifiés depuis la publication de la demande |

Affichage 1 à 2 d'entrées2

Annulation

Aucune donnée

Inscriptions

Aucune donnée

Oppositions

Aucune donnée

Recours

Aucune donnée

Décisions

Aucune donnée

Renouvellements

Aucune donnée

Relations de la marque

Aucune donnée



InternationalApplications

Aucune donnée

890134- GREY GOOSE

Détail / Français

État actuel

- 180** Date prévue de l'expiration de l'enregistrement/du renouvellement
22.05.2026
- 151** Date de l'enregistrement
22.05.2006
- 270** Langue de la demande
Anglais
- 732** Nom et adresse du titulaire de l'enregistrement
Bacardi & Company Limited
Aeulestrasse 5
FL-9490 Vaduz (LI)
- 812** État contractant ou organisation contractante sur le territoire duquel ou de laquelle le titulaire a un établissement industriel ou commercial effectif et sérieux
LI
- 750** Adresse pour la correspondance
Bacardi & Company Limited
Route de Meyrin 267
CH-1217 Meyrin (CH)
- 740** Nom et adresse du mandataire
Brandstock Legal GmbH
Rueckertstr. 1
80336 Munich (DE)
- 540** Marque



- 531** Classification internationale des éléments figuratifs des marques (classification de Vienne) - VCL(5)
03.07.06 ; 03.07.16 ; 19.07.01 ; 19.07.09 ; 29.01.15
- 591** Informations concernant les couleurs revendiquées
Rouge, bleu, noir et blanc.
- 511** Classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques (classification de Nice) - NCL(8)
33 Vodka d'origine française.
- 822** Enregistrement de base
LI, 19.01.2006, 13847
- 300** Données relatives à la priorité selon la Convention de Paris et autres données relatives à l'enregistrement de la marque dans le pays d'origine



LI, 19.01.2006, 13847

832 Désignation(s) selon le Protocole de Madrid

AG - AU - BH - EM - GE - JP - KR - NO - SG - TM - TR - ZM

834 Désignation(s) selon le Protocole de Madrid en vertu de l'article 9sexies

AL - AM - AZ - BA - BG - BY - CU - DZ - HR - KE - KZ - LR - LS - MA - MC - ME - MK - MN - MZ - RO - RS - SD - SL - SM - UA - VN

527 Indications relatives aux exigences d'utilisation

SG

Historique des transactions

étendre

EM

Enregistrement : 2006/31 Gaz, 07.09.2006, AG, AL, AM, AU, AZ, BA, BG, BH, BY, CH, CN, CU, DZ, EM, GE, HR, JP, KE, KR, KZ, LR, LS, MA, MC, MK, MN, MZ, NO, RO, SD, SG, SL, SM, TM, TR, UA, UZ, VN, YU, ZM

450 Date et numéro de publication

2006/31 Gaz, 07.09.2006

831 Désignation(s) selon l'Arrangement de Madrid

AL - AM - AZ - BA - BG - BY - CH - CN - CU - DZ - HR - KE - KZ - LR - LS - MA - MC - MK - MN - MZ - RO - SD - SL - SM - UA - UZ - VN - YU

832 Désignation(s) selon le Protocole de Madrid

AG - AU - BH - EM - GE - JP - KR - NO - SG - TM - TR - ZM

527 Indications relatives aux exigences d'utilisation

SG

581 Date de la notification par le Bureau international aux parties contractantes désignées (date à laquelle le délai de notification de refus commence à courir)

17.08.2006

Le délai de refus est expiré et aucune notification de refus provisoire n'a été inscrite (sous réserve de l'application de la règle 5)

AG - AL - AZ - BA - BG - BH - BY - DZ - HR - KE - LR - LS - MA - MC - MK - MN - MZ - RO - SD - SL - SM - UA - VN - YU - ZM

Octroi de protection sous réserve d'opposition : 2006/51 Gaz, 25.01.2007, EM

EM

450 Date et numéro de publication

2006/51 Gaz, 25.01.2007

Date de fin du délai d'opposition

21.05.2007

Date de réception par le Bureau International

18.12.2006

Octroi de protection : 2007/25 Gaz, 26.07.2007, EM

EM

450 Date et numéro de publication

2007/25 Gaz, 26.07.2007

Date de réception par le Bureau International

21.06.2007

Renouvellement : 2016/22 Gaz, 09.06.2016

450 Date et numéro de publication

2016/22 Gaz, 09.06.2016

832 Désignation(s) selon le Protocole de Madrid

890134- GREY GOOSE

Printed: 2021-05-04 11:49

AG - AU - BH - EM - GE - JP - KR - NO - SG - TM - TR - ZM

834 Désignation(s) selon le Protocole de Madrid en vertu de l'article 9sexies

AL - AM - AZ - BA - BG - BY - CU - DZ - HR - KE - KZ - LR - LS - MA - MC - ME - MK - MN - MZ - RO - RS - SD - SL - SM -
UA - VN

527 Indications relatives aux exigences d'utilisation

SG

**inpi**INSTITUT NATIONAL
DE LA PROPRIÉTÉ
INDUSTRIELLE

Notice complète

1 résultats trouvés pour votre requête : numéro 1579492, dans les marques en vigueur en France

- Notice complète

Marque internationale



Marque : FIRE & ICE

Type :

- Marque Tridimensionnelle
- Individual

Informations complémentaires :

- La marque se compose de la combinaison des mots "FIRE & ICE", de la forme tridimensionnelle de la bouteille et du bouchon de bouteille et d'autres éléments graphiques, y compris l'image d'une chaîne de montagnes et des coqs de roche en vol

Classification des éléments figuratifs :

03.07.21; 03.07.24; 06.01.02; 06.01.04; 19.07.01; 24.17.25; 27.05.01; 27.05.02; 27.05.08; 29.01.15

Couleurs : Bleu foncé, rouge et blanc**Classification de Nice :** 33**Produits et services**

- 33 Vodka; gin; vins, à savoir vins mousseux.

Déposant : F&I Beverages AG, Aktiengesellschaft, Baarerstrasse 52 CH-6300 Zug, CH**Adresse pour la correspondance :** F&I Beverages AG, Baarerstrasse 52 CH-6300 Zug, CH**Mandataire / destinataire de la correspondance :** "Ermakova, Stoliarova & Partners", Patent Agency, Shmitovsky proezd, 2, bld 2a RU-123100 Moscow, RU**Numéro :** 1579492**Date de dépôt / Enregistrement :** 2020-12-30**Date prévue pour l'expiration :** 2030-12-30**Pays désignés**

- Danemark, Estonie, Finlande, Royaume-Uni, Grèce, Irlande, Lituanie, Norvège, Suède, États-Unis d'Amérique (Protocole)
- Autriche, Bulgarie, Benelux, Suisse, Chypre, République tchèque, Allemagne, Espagne, France, Croatie, Hongrie, Italie, Lettonie, Pologne, Portugal, Roumanie, Slovénie, Slovaquie (Protocole article 9-6)

Priorité

- RU 2020-12-25 2020774887

Historique

- Enregistrement 2020-12-30 (Gazette 2021/8 du 2021-03-11)
- Refus total provisoire de protection pour Irlande 2021-04-14 (Gazette 2021/16 du 2021-05-06)

Source OMPI

**DIRECTION DE LA
PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE**

15, rue des Minimes-CS 50001
92677 Courbevoie Cedex

■ 10702725:1:580:226:TF1



Réf. et n° national : OP21-1951 / 1579492 / MBA

Affaire suivie par : Marion BARGE
Téléphone : 01-56-65-81-26

OMPI
34 CHEMIN DES COLOMBETTES
1211 GENEVE
SUISSE

Courbevoie, le 21/07/2021

OBJET : Opposition à enregistrement (art. L. 712-4, L. 712-4-1, R. 712-14, art. R. 712-16, R. 712-16-1 et art. R. 717-5 du code de la propriété intellectuelle).

J'ai l'honneur de vous communiquer un refus provisoire total de protection (règle 17.1) du règlement d'exécution commun), fondé sur une opposition, visant la partie française de l'enregistrement international susvisé.

Pour le Directeur général
de l'Institut national de la propriété industrielle

Marion BARGE

Juriste

SIÈGE

15 rue des Minimes – CS 50001
92677 COURBEVOIE Cedex

Tél +33 (0)1 56 65 89 98

Fax +33 (0)1 56 65 86 00
www.inpi.fr – contact@inpi.fr

Établissement public national
créé par la loi n°51-444 du 19 avril 1951

PROCEDURE D'OPPOSITION
EXTRAITS DES TEXTES APPLICABLES
Extraits du code de la propriété intellectuelle

Art. L. 712-4 - Dans le délai de deux mois suivant la publication de la demande d'enregistrement, une opposition peut être formée auprès du directeur général de l'Institut national de la propriété industrielle à l'encontre d'une demande d'enregistrement en cas d'atteinte à l'un des droits antérieurs suivants ayant effet en France :

1° Une marque antérieure en application du 1° du I de l'article L. 711-3 ;

2° Une marque antérieure jouissant d'une renommée en application du 2° du I de l'article L. 711-3 ;

3° Une dénomination ou une raison sociale, s'il existe un risque de confusion dans l'esprit du public ;

4° Un nom commercial, une enseigne ou un nom de domaine, dont la portée n'est pas seulement locale, s'il existe un risque de confusion dans l'esprit du public ;

5° Une indication géographique enregistrée mentionnée à l'article L. 722-1 ou une demande d'indication géographique sous réserve de l'homologation de son cahier des charges et de son enregistrement ultérieur ;

6° Le nom, l'image ou la renommée d'une collectivité territoriale ou d'un établissement public de coopération intercommunale ;

7° Le nom d'une entité publique, s'il existe un risque de confusion dans l'esprit du public.

Une opposition peut également être formée en cas d'atteinte à une marque protégée dans un Etat partie à la convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle dans les conditions prévues au III de l'article L. 711-3.

Art. L. 712-4-1 - Peuvent former opposition sur le fondement d'un ou de plusieurs des droits mentionnés à l'article L. 712-4, sous réserve que ces droits appartiennent au même titulaire, les personnes suivantes :

1° Le titulaire d'une marque antérieure mentionnée aux 1° et 2° de l'article L. 712-4 ;

2° Le bénéficiaire d'un droit exclusif d'exploitation d'une marque antérieure enregistrée mentionnée aux 1° et 2° de l'article L. 712-4, sauf stipulation contraire du contrat ;

3° Toute personne morale agissant sur le fondement de sa dénomination ou de sa raison sociale mentionnée au 3° de l'article L. 712-4 ;

4° Le titulaire d'un nom de domaine mentionné au 4° de l'article L. 712-4 ;

5° Toute personne agissant au titre du 4° de l'article L. 712-4 sur le fondement du nom commercial sous lequel elle exerce son activité ou de l'enseigne désignant le lieu où s'exerce cette activité ;

6° Toute personne qui, agissant au titre du 5° de l'article L. 712-4, est autorisée à exercer les droits découlant de l'indication géographique concernée et notamment d'en assurer la gestion ou la défense ;

7° Une collectivité territoriale ou un établissement public de coopération intercommunale au titre du 5° de l'article L. 712-4 dès lors que l'indication géographique comporte leur dénomination, ou au titre du 6° du même article ;

8° Toute personne morale de droit public agissant au titre du 7° de l'article L. 712-4 sur le fondement du nom sous lequel cette personne, ou ses services, exerce son activité ;

9° Le titulaire de la marque déposée sans son autorisation au nom de son agent ou de son représentant, en application du III de l'article L. 711-3.

Art. L. 712-5 - Le directeur général de l'Institut national de la propriété industrielle statue sur l'opposition au terme d'une procédure contradictoire comprenant une phase d'instruction, dans les conditions et suivant les modalités définies par décret en Conseil d'Etat.

L'opposition est réputée rejetée si le directeur général de l'Institut n'a pas statué dans le délai, fixé par le même

décret, qui court à compter de la date de fin de cette phase d'instruction.

Art. L. 712-5-1 - L'opposition fondée sur une marque antérieure enregistrée depuis plus de cinq ans est rejetée lorsque l'opposant, sur requête du titulaire de la demande d'enregistrement, ne peut établir :

1° Que la marque antérieure a fait l'objet, pour les produits ou services sur lesquels est fondée l'opposition, d'un usage sérieux au cours des cinq années précédant la date de dépôt ou la date de priorité de la demande d'enregistrement contestée, dans les conditions prévues à l'article L. 714-5 ou, s'il s'agit d'une marque de l'Union européenne, à l'article 18 du règlement (UE) 2017/1001 du 14 juin 2017 ;

2° Ou qu'il existait de justes motifs pour son non-usage.

Aux fins de l'examen de l'opposition, la marque antérieure n'est réputée enregistrée que pour ceux des produits ou services pour lesquels un usage sérieux a été prouvé ou de justes motifs de non-usage établis.

Art. L. 712-7 - Le directeur général de l'Institut national de la propriété industrielle rejette la demande d'enregistrement :

1° Si elle ne satisfait pas aux conditions prévues à l'article L. 712-2 ;

2° Si la marque ne répond pas aux conditions énoncées aux 1° et 5° à 10° de l'article L. 711-2 ;

3° Si la marque est dépourvue de caractère distinctif en application des 2°, 3° et 4° de l'article L. 711-2, à moins que le demandeur n'établisse que la marque a acquis un caractère distinctif à la suite de l'usage qui en a été fait avant la date de dépôt ;

4° S'il est fait droit à l'opposition dont elle fait l'objet en application de l'article L. 712-4.

Lorsque les motifs de rejet n'affectent la demande qu'en partie, il n'est procédé qu'à son rejet partiel.

Art. L. 714-5 - Encourt la déchéance de ses droits le titulaire de la marque qui, sans justes motifs, n'en a pas fait un usage sérieux, pour les produits ou services pour lesquels la marque est enregistrée, pendant une période ininterrompue de cinq ans. Le point de départ de cette période est fixé au plus tôt à la date de l'enregistrement de la marque suivant les modalités précisées par un décret en Conseil d'Etat.

Est assimilé à un usage au sens du premier alinéa :

1° L'usage fait avec le consentement du titulaire de la marque ;

2° L'usage fait par une personne habilitée à utiliser la marque collective ou la marque de garantie ;

3° L'usage de la marque, par le titulaire ou avec son consentement, sous une forme modifiée n'en altérant pas le caractère distinctif, que la marque soit ou non enregistrée au nom du titulaire sous la forme utilisée ;

4° L'apposition de la marque sur des produits ou leur conditionnement, par le titulaire ou avec son consentement, exclusivement en vue de l'exportation.

Art. L. 411-4 - Le directeur de l'Institut national de la propriété industrielle prend les décisions prévues par le présent code à l'occasion de la délivrance, du rejet ou du maintien des titres de propriété industrielle (...)

Dans l'exercice de ces compétences, il n'est pas soumis à l'autorité de tutelle. Les cours d'appel désignées par voie réglementaire connaissent directement des recours formés contre ses décisions.

Le pourvoi en cassation contre les décisions des cours d'appel statuant sur ces recours est ouvert aux parties et au directeur général de l'Institut national de la propriété industrielle. Un décret en Conseil d'Etat précise les conditions d'application du présent article.

Art. L. 422-4 - Les personnes qui souhaitent se faire représenter dans les procédures devant l'Institut national de la propriété industrielle ne peuvent le faire, pour les actes où la technicité de la matière l'impose, que par



l'intermédiaire de conseils en propriété industrielle dont la spécialisation, déterminée en application du dernier alinéa de l'article L. 422-1, est en rapport avec l'acte.

Les dispositions de l'alinéa précédent ne font pas obstacle à la faculté de recourir aux services d'un avocat ou à ceux d'une entreprise ou d'un établissement public auxquels le demandeur est contractuellement lié ou à ceux d'une organisation professionnelle spécialisée ou à ceux d'un professionnel établi sur le territoire d'un Etat membre de la Communauté européenne ou d'un Etat partie à l'accord sur l'Espace économique européen intervenant à titre occasionnel et habilité à représenter les personnes devant le service central de la propriété industrielle de cet Etat.

Art. L. 422-5 - Toute personne exerçant les activités mentionnées au premier alinéa de l'article L. 422-1 au 26 novembre 1990 peut, par dérogation aux dispositions de l'article L. 422-4, représenter les personnes mentionnées au premier alinéa de cet article dans les cas prévus par cet alinéa, sous réserve d'être inscrite sur une liste spéciale établie par le directeur de l'Institut national de la propriété industrielle.

Art. R. 712-2 - Le dépôt peut être fait personnellement par le demandeur ou par un mandataire ayant son domicile, son siège ou son établissement dans un Etat membre de l'Union européenne ou dans un Etat partie à l'accord sur l'Espace économique européen.

Sous réserve des exceptions prévues aux articles L. 422-4 et L. 422-5, le mandataire constitué pour le dépôt d'une demande d'enregistrement de marque et tout acte subséquent relatif à la procédure d'enregistrement, à l'exception du simple paiement des redevances et des déclarations de renouvellement, doit avoir la qualité de conseil en propriété industrielle.

Les personnes n'ayant pas leur domicile ou leur siège dans un Etat membre de l'Union européenne ou dans un Etat partie à l'accord sur l'Espace économique européen doivent, dans le délai qui leur est imparti par l'institut, constituer un mandataire satisfaisant aux conditions prévues à l'alinéa précédent.

En cas de pluralité de déposants, un mandataire commun doit être constitué. Si celui-ci n'est pas l'un des déposants, il doit satisfaire aux conditions prévues par le deuxième alinéa.

Sauf lorsqu'il a la qualité de conseil en propriété industrielle ou d'avocat, le mandataire doit joindre un pouvoir qui s'étend, sous réserve des dispositions des articles R. 712-21 et R. 714-1 et sauf stipulation contraire, à tous les actes et à la réception de toutes les notifications prévues au présent titre. Le pouvoir est dispensé de légalisation.

Art. R. 712-13 - L'opposition à enregistrement formée dans les conditions prévues aux articles L. 712-4 et L. 712-4-1 peut être présentée par l'opposant agissant personnellement ou par l'intermédiaire d'un mandataire remplissant les conditions prévues au deuxième alinéa de l'article R. 712-2. Ces modalités s'appliquent également aux observations présentées en réponse à cette demande. Lorsqu'elle est présentée par plusieurs opposants, un mandataire commun satisfaisant aux mêmes conditions doit être constitué.

Art. R. 712-14 - L'opposition est présentée par écrit suivant les modalités fixées par décision du directeur général de l'Institut national de la propriété industrielle.

Elle comprend :

- 1° L'identité de l'opposant, ainsi que les indications propres à établir l'existence, la nature, l'origine et la portée de ses droits ;
- 2° Les références de la demande d'enregistrement contre laquelle est formée l'opposition, ainsi que l'indication des produits ou services visés par l'opposition ;
- 3° L'exposé des moyens sur lesquels repose l'opposition ;
- 4° La justification du paiement de la redevance prescrite ;

5° Le cas échéant, sauf lorsqu'il a la qualité de conseil en propriété industrielle ou d'avocat, le pouvoir du mandataire. Les pièces et informations susmentionnées doivent être fournies dans le délai prévu à l'article L. 712-4.

Toutefois, l'exposé des moyens mentionné au 3° et les pièces apportées au soutien des informations mentionnées aux 1°, 2° et 5° peuvent être fournis dans un délai supplémentaire d'un mois suivant l'expiration du délai susvisé, dans les conditions précisées par décision du directeur général de l'Institut national de la propriété industrielle, sous réserve que l'opposant n'étende pas la portée de l'opposition ni n'invoque d'autres droits antérieurs ou d'autres produits ou services que ceux invoqués à l'appui de l'opposition.

Art. R. 712-15 - Est déclarée irrecevable toute opposition soit formée hors délai, soit présentée par une personne qui n'avait pas qualité, soit non conforme aux conditions prévues aux articles R. 712-13 et R. 712-14.

Lorsque l'opposition est fondée sur plusieurs droits antérieurs, elle n'est déclarée irrecevable que si l'ensemble de ces droits ne respecte pas les conditions énoncées aux articles R. 712-13 et R. 712-14. Sinon, l'opposition est déclarée recevable mais réputée non fondée à l'égard des seuls droits antérieurs ne respectant pas ces conditions.

En cas d'irrecevabilité relevée d'office, le directeur général de l'Institut national de la propriété industrielle notifie les motifs de cette irrecevabilité à l'opposant. Un délai est alors imparti à ce dernier par le directeur général pour contester ces motifs. A défaut d'observations fondées, l'opposition est déclarée irrecevable.

Art. R. 712-16 - Lorsqu'il est saisi d'une opposition, l'Institut national de la propriété industrielle fait observer et observe lui-même le principe de la contradiction. Il ne peut fonder sa décision sur des moyens, explications et documents invoqués ou produits par les parties sans que celles-ci aient été mises à même d'en débattre contradictoirement. Toute observation ou pièce dont il est saisi par l'une des parties est notifiée sans délai à l'autre.

Les parties à l'opposition sont tenues de formuler expressément leurs demandes et les moyens de fait et de droit fondant chacune de leurs prétentions. Toutes les communications adressées à l'Institut s'effectuent, à peine d'irrecevabilité, selon les conditions et modalités fixées par décision du directeur général de l'Institut national de la propriété industrielle.

Art. R. 712-16-1 - Sous réserve de l'irrecevabilité relevée d'office par l'Institut, la phase d'instruction mentionnée à l'article L. 712-5 commence à l'expiration du délai supplémentaire mentionné au dernier alinéa de l'article R. 712-14.

Sous réserve des cas de suspension ou de clôture de la procédure prévus aux articles R. 712-17 et R. 712-18, l'opposition est instruite selon la procédure suivante :

1° L'opposition est notifiée au titulaire de la demande d'enregistrement contestée, lequel dispose d'un délai de deux mois pour présenter des observations écrites en réponse et fournir toutes pièces qu'il estime utiles, personnellement ou par un mandataire répondant aux conditions prévues à l'article R. 712-2.

Dans le cadre de ces observations, le titulaire de la demande d'enregistrement contestée peut inviter l'opposant, qui invoque une marque antérieure, à produire les pièces propres à établir que cette marque a fait l'objet d'un usage sérieux au sens de l'article L. 714-5 ;

2° En cas de réponse du titulaire de la demande d'enregistrement, l'opposant dispose d'un délai d'un mois pour présenter des observations écrites en réplique ou toutes pièces qu'il estime utiles et, le cas échéant, produire les pièces propres à établir l'usage sérieux ou le juste motif de non-exploitation de la marque antérieure concernée, conformément aux dispositions de l'article L. 712-5-1 ;

3° En cas de réplique de l'opposant, le titulaire de la demande d'enregistrement dispose d'un délai d'un mois

pour présenter de nouvelles observations écrites et produire de nouvelles pièces et, le cas échéant, contester les pièces produites ou le motif de non-exploitation ;

4° En cas de réponse du titulaire de la demande d'enregistrement, l'opposant dispose d'un nouveau délai d'un mois pour présenter ses dernières observations écrites en réplique ou produire de nouvelles pièces ;

5° En cas de réplique par l'opposant, le titulaire de la demande d'enregistrement dispose d'un dernier délai d'un mois pour présenter ses dernières observations écrites ou produire de nouvelles pièces sans pouvoir invoquer de nouveaux moyens.

Dans le cadre de la présentation de ses observations écrites, chaque partie peut demander à présenter des observations orales. Le directeur général de l'Institut peut également inviter sans demande préalable les parties à présenter des observations orales s'il l'estime nécessaire pour les besoins de l'instruction.

Dans ces cas, les parties sont réunies à l'issue de la phase écrite de l'instruction afin de présenter leurs observations orales, selon des modalités fixées par décision du directeur général de l'Institut.

Le directeur général de l'Institut statue sur l'opposition au vu de l'ensemble des observations écrites et orales présentées, le cas échéant, par les parties.

L'opposant peut, à tout moment de la procédure, renoncer à un ou plusieurs des droits antérieurs ou circonscrire la portée de sa demande à certains des produits ou services invoqués ou visés, par requête expresse.

Art. R. 712-16-2 - Le délai mentionné au second alinéa de l'article L. 712-5 est de trois mois.

La date de fin de la phase d'instruction mentionnée au même article intervient dès lors qu'une partie n'a pas présenté d'observations à l'expiration des délais mentionnés aux 1° à 5° de l'article R. 712-16-1 et, au plus tard, le jour de la présentation des observations orales. Le directeur général de l'Institut notifie sans délai cette date aux parties.

Art. R. 712-17 - La phase d'instruction ou le délai fixé au premier alinéa de l'article R. 712-16-2 sont suspendus :

1° Lorsque l'opposition est en tout ou partie fondée sur une demande d'enregistrement de marque, sur une demande d'indication géographique ou sur une indication géographique dont le cahier des charges fait l'objet d'une demande de modification ayant une incidence sur le fondement de l'opposition ;

2° En cas de demande en nullité, en déchéance, en revendication de propriété ou de cession au titre de l'article L. 712-6-1 de la marque ou de l'une des marques sur laquelle est fondée, en tout ou partie, l'opposition ;

3° En cas d'action à l'encontre de la dénomination ou de la raison sociale, du nom de domaine, du nom commercial ou de l'enseigne sur lequel est fondée, en tout ou partie, l'opposition ;

4° Sur demande conjointe des parties, pendant une durée de quatre mois renouvelable deux fois ;

5° A l'initiative de l'Institut, dans l'attente d'informations et d'éléments susceptibles d'avoir une incidence sur l'issue du litige ou la situation des parties.

Art. R. 712-18 - La procédure d'opposition est clôturée :

1° Lorsque l'opposant a retiré son opposition ou a perdu qualité pour agir ;

2° Lorsque l'opposition est devenue sans objet par suite soit d'un accord entre les parties, soit de la cessation des effets de la demande d'enregistrement de marque contre laquelle l'opposition a été formée ;

3° Lorsque les effets de tous les droits antérieurs ont cessé ;

4° Lorsque, après suspension de la procédure d'opposition dans les cas prévus aux 2° et 3° de l'article R. 712-17, l'opposant n'a pas répondu, dans le délai imparti par l'Institut, à la demande de ce dernier l'invitant à lui faire connaître l'issue des procédures engagées.

La décision de clôture de la procédure est notifiée sans délai aux parties.

Art. R. 712-19 - Lorsque la procédure d'opposition est suspendue en application des dispositions du 1° de l'article R. 712-17, elle reprend, à la requête de l'une des parties ou, le cas échéant, à l'initiative de l'Institut, dès lors que l'enregistrement de la marque, de l'indication géographique ou l'homologation ou la modification du cahier des charges de l'indication géographique a été constaté.

Lorsque la procédure d'opposition est suspendue en application des dispositions des 2° et 3° de l'article R. 712-17, elle reprend à la demande de l'une des parties transmettant à l'Institut la décision qui n'est plus susceptible de recours.

La reprise de la procédure est notifiée sans délai aux parties par l'Institut, avec indication d'une date de reprise.

Lorsque l'opposition est fondée sur plusieurs droits antérieurs et que l'un d'entre eux relève du cas cité au 4° de l'article R. 712-18 ou que les effets de l'un d'entre eux ont cessé, la procédure d'opposition est réputée non fondée sur ce droit et reprend sur le fondement des seuls droits restants.

Art. R. 712-26 - Les conditions de présentation de la demande et le contenu du dossier sont précisés par décision du directeur général de l'Institut national de la propriété industrielle, notamment en ce qui concerne : (...)

2° L'opposition prévue à l'article R. 712-14 ;

Art. R. 717-1 - Les articles R. 712-3 (2°, d), R. 712-9 à R. 712-11, R. 712-13 à R. 712-18, R. 712-23 et R. 712-23-1, R. 714-2 et R. 714-4 à R. 714-8 sont applicables aux enregistrements internationaux de marque étendus à la France conformément à l'arrangement de Madrid du 14 avril 1891 et du Protocole de Madrid du 27 juin 1989, dans la limite et sous la réserve des dispositions prévues au présent chapitre.

Art. R. 717-5 - Le délai pour former opposition, conformément à l'article L. 712-4, court à compter de la publication du bulletin La Gazette par l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle. L'opposition est notifiée au titulaire de l'enregistrement international par l'intermédiaire du bureau international de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle.

Le titulaire de l'enregistrement international est réputé avoir reçu la notification de l'opposition dans un délai de quinze jours à compter de la date d'émission de cette notification par l'Institut national de la propriété industrielle.

Art. R. 717-6 - Toute décision de rejet est prononcée sous forme de refus de protection en France de l'enregistrement international. Elle est notifiée au titulaire de l'enregistrement international par l'intermédiaire du bureau international de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle.

DECISION N° 2019-158 relative aux modalités de la procédure d'opposition à enregistrement d'une marque

Article 4

Les prescriptions résultant des articles R. 712-14 et R. 712-26 du code de la propriété intellectuelle sont assorties des tempéraments ou modalités suivants.

I.- Dans le délai prévu à l'article L. 712-4 du code précité, l'opposant précise :



1° Au titre des indications propres à établir l'existence, la nature, l'origine et la portée de ses droits :

- a) si l'opposition est fondée sur l'atteinte à une marque antérieure enregistrée ou déposée :
 - l'indication qu'il s'agit d'une marque française, d'une marque internationale désignant la France ou l'Union européenne ou d'une marque de l'Union européenne ;
 - le numéro et la date de la demande d'enregistrement ou de l'enregistrement de la marque ;
 - l'indication des produits et services invoqués à l'appui de l'opposition ;
- b) si l'opposition est fondée sur une atteinte à une marque notoirement connue au sens de l'article 6 *bis* de la convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle :
 - l'identification de la marque par sa désignation ou sa représentation ;
 - l'indication des produits et services invoqués à l'appui de l'opposition ;
- c) si l'opposition est fondée sur une atteinte à une dénomination ou raison sociale, un nom commercial, une enseigne ou un nom de domaine :
 - l'identification du signe par sa désignation ou sa représentation ;
 - l'indication des activités invoquées à l'appui de l'opposition ;
- d) si l'opposition est fondée sur une atteinte à une indication géographique au sens de l'article L. 722-1 b) du code précité :
 - l'identification de l'indication géographique par sa désignation ;
 - le numéro de la demande ou le numéro national de l'indication géographique ;
 - l'indication du produit bénéficiant de l'indication géographique invoqué à l'appui de l'opposition ;
- e) si l'opposition est fondée sur une atteinte à une indication géographique au sens de l'article L. 722-1 a) ou c) du code précité :
 - l'identification de l'indication géographique ou de l'appellation d'origine par sa désignation, ainsi que l'indication de son type ;
 - l'indication du ou des actes donnant droit à la protection ;
 - l'indication du produit bénéficiant de l'indication géographique ou de l'appellation d'origine invoqué à l'appui de l'opposition ;
- f) si l'opposition est fondée sur une atteinte au nom, à l'image ou à la renommée d'une collectivité territoriale ou d'un établissement public de coopération intercommunale :
 - l'identification du signe par sa désignation ou sa représentation ;

- l'indication des missions, attributions ou domaines d'intervention invoqués à l'appui de l'opposition ;

- g) si l'opposition est fondée sur une atteinte au nom d'une entité publique :

- l'identification du signe par sa désignation ;

- l'indication des missions, attributions ou domaines d'intervention invoqués à l'appui de l'opposition ;

- h) si l'opposition est fondée sur une atteinte à une marque protégée dans un Etat partie à la convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle au sens de l'article L. 711-3 III du code précité :

- l'identification de la marque par sa désignation ou sa représentation ;

- l'indication de l'Etat membre dans lequel la marque est protégée ;

- l'indication des produits et services invoqués à l'appui de l'opposition.

Le cas échéant, l'opposant indique la qualité au titre de laquelle il agit.

En cas d'opposition fondée sur plusieurs droits antérieurs, l'opposant est tenu d'apporter les informations précitées pour chacun des droits antérieurs invoqués.

2° Au titre des références de la demande d'enregistrement contre laquelle est formée l'opposition, les informations relatives à la demande d'enregistrement ou de l'enregistrement international contre lequel est formée l'opposition, à savoir :

- le numéro et la désignation de la marque ;

- le numéro de publication du Bulletin officiel de la propriété industrielle ou de la gazette de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle ;

- la date de dépôt ou de l'enregistrement international ;

- l'indication de la revendication d'une priorité.

3° L'indication des produits et services visés par l'opposition.

II.- L'opposant fournit, au plus tard dans le délai d'un mois à compter de l'expiration du délai prévu à l'article L. 712-4 du code précité :

1° Au titre des pièces apportées au soutien des indications propres à établir l'existence, la nature, l'origine et la portée de ses droits :

- a) si l'opposition est fondée sur l'atteinte à une marque antérieure, une copie de la marque antérieure, dans son dernier état, ou tout document équivalent, mettant en évidence, le cas échéant, l'incidence d'une renonciation, limitation ou cession partielle et, dans le cas où le bénéfice d'une date de priorité est invoqué, une copie de la demande sur laquelle est fondée cette priorité ;

- b) si l'opposition est fondée sur l'atteinte à une marque antérieure jouissant d'une renommée, outre les pièces visées au point a) du présent paragraphe, les pièces de nature à établir la renommée de la marque sur le territoire pertinent pour les produits et services invoqués à l'appui de l'opposition ;
- c) si l'opposition est fondée sur une atteinte à une marque notoirement connue au sens de l'article 6 *bis* de la convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle, les pièces de nature à établir son existence et sa notoriété pour les produits et services invoqués à l'appui de l'opposition ;
- d) si l'opposition est fondée sur une atteinte à une dénomination ou raison sociale, les pièces de nature à établir son existence et son exploitation pour les activités invoquées à l'appui de l'opposition ;
- e) si l'opposition est fondée sur une atteinte à un nom commercial ou à une enseigne, les pièces de nature à établir son exploitation par l'opposant et le fait que sa portée n'est pas seulement locale pour les activités invoquées à l'appui de l'opposition ;
- f) si l'opposition est fondée sur une atteinte à un nom de domaine, les pièces de nature à établir sa réservation par l'opposant, son exploitation et le fait que sa portée n'est pas seulement locale pour les activités invoquées à l'appui de l'opposition ;
- g) si l'opposition est fondée sur une atteinte à une indication géographique au sens de l'article L. 722-1 b) du code précité, les documents propres à justifier de l'existence de l'indication géographique ou de la demande d'indication géographique, dans leur dernier état, de la qualité pour agir de l'opposant et, le cas échéant, de l'existence de la collectivité territoriale ou de l'établissement public de coopération intercommunale opposant ;
- h) si l'opposition est fondée sur une atteinte à une indication géographique au sens de l'article L. 722-1 a) ou c) du code précité, les documents propres à justifier de sa protection, dans leur dernier état, de la qualité pour agir de l'opposant et, le cas échéant, de l'existence de la collectivité territoriale ou de l'établissement public de coopération intercommunale opposant ;
- i) si l'opposition est fondée sur une atteinte au nom, à l'image ou à la renommée d'une collectivité territoriale ou d'un établissement public de coopération intercommunale, les documents propres à justifier de l'existence et de l'identification de l'opposant par le signe qu'il invoque, et à en définir les missions, attributions ou domaines d'intervention ;
- j) si l'opposition est fondée sur une atteinte au nom d'une entité publique, les pièces de nature à justifier de l'existence de l'opposant et à en définir les missions, attributions ou domaines d'intervention ;
- k) si l'opposition est fondée sur une atteinte à une marque protégée dans un Etat partie à la convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle au sens de l'article L. 711-3 III du code précité, les pièces de

nature à établir l'existence de cette marque et sa protection dans cet Etat membre et à en définir la portée.

Le cas échéant, l'opposant fournit la justification de sa qualité pour agir et de l'opposabilité de l'acte correspondant.

En cas d'opposition fondée sur plusieurs droits antérieurs, l'opposant est tenu d'apporter les pièces précitées pour chacun des droits antérieurs invoqués.

2° Au titre des pièces apportées au soutien des informations relatives à la demande d'enregistrement contre laquelle est formée l'opposition, la copie de la publication de la demande d'enregistrement ou de l'enregistrement international contesté, ou tout document équivalent ;

3° L'exposé des moyens, à savoir les faits et arguments sur lesquels l'opposition est fondée, ainsi que, le cas échéant, les preuves à l'appui de cet exposé ;

4° Le cas échéant, une copie du pouvoir, daté, revêtu de la signature manuscrite de l'opposant, et, s'il s'agit d'une personne morale, de l'indication de la qualité du signataire. L'Institut demeure néanmoins libre d'exiger la présentation du document original à tout moment de la procédure.

III.- Les indications et pièces requises au présent article sont appréciées globalement.

A l'expiration du délai mentionné au II, l'Institut vérifie que les pièces fournies au soutien des indications requises au I ne sont pas manifestement dénuées de pertinence.

Article 5

Les prescriptions résultant de l'article R. 712-16 du code précité sont assorties des tempéraments ou modalités suivants.

1° Les pièces fournies par les parties à l'opposition sont numérotées. Elles sont assorties d'un bordereau des pièces indiquant précisément et clairement à quel motif, argument ou produits ou services, chaque pièce se rapporte, notamment par les indications suivantes :

- a) Le numéro de la pièce ;
- b) Une brève description de la pièce et, le cas échéant, le nombre de pages ;
- c) Le cas échéant, l'indication des parties spécifiques d'une pièce qu'elle invoque à l'appui de son argumentation.

Lorsque les parties produisent des pièces en vue de prouver l'usage d'un signe en relation avec des produits et services, elles indiquent dans leurs observations quels sont les produits et services concernés par chacune des preuves d'usage, en mentionnant le numéro de la pièce correspondante.

2° Les moyens qui n'auraient pas été formulés dans les observations précédentes doivent être mis en évidence de manière claire et précise.

3° Les demandes de présentation d'observations orales qui sont formulées dans les observations écrites doivent être mises en évidence de manière claire et précise.



Article 6

Les prescriptions résultant de l'article R. 712-16-1 du code précité sont assorties des tempéraments ou modalités suivants.

Une commission interne à l'INPI est constituée pour recueillir les observations orales des parties durant la phase d'instruction de la procédure d'opposition en matière de marque.

La date de l'audition est notifiée aux parties. Elle est fixée au plus tôt, à la suite de la phase écrite de l'instruction.

Les parties sont invitées à s'y présenter en personne ou à se faire représenter par un mandataire remplissant les conditions prévues au deuxième alinéa de l'article R. 712-2 du code précité, le cas échéant, muni d'un pouvoir.

L'Institut peut inviter les parties à se concentrer sur une ou plusieurs questions déterminées commandées par l'instruction.

L'audition s'effectue sur la base des informations et pièces apportées à la procédure durant la phase écrite de l'instruction, dans le respect du principe de la contradiction. Les parties à l'opposition invitées à présenter des observations orales ne peuvent pas invoquer de nouveaux moyens ni produire de nouvelles pièces à l'issue de la phase écrite de l'instruction.

La séance de la commission n'est pas publique. Les débats sont dirigés par un président de séance habilité à cet effet par décision du Directeur général de l'INPI, assisté de deux assesseurs.

Si l'une des parties, régulièrement convoquée, ne se présente pas, le président constate sa défaillance et la commission entend l'autre partie. Lorsqu'il estime la commission éclairée, le président clôt les débats. L'audition se déroule en langue française.

Une feuille de présence, comprenant le numéro de la procédure à laquelle l'audition se rapporte, la date de sa tenue et le nom des parties, de leurs représentants et des agents de l'Institut présents, est soumise à la signature du président de séance, des parties présentes et de leurs représentants.

Article 7

Tout acte ou pièce remis à l'Institut national de la propriété industrielle dans le cadre de la procédure d'opposition doit, s'il est rédigé en langue étrangère, être accompagné de sa traduction en langue française.