

# ANGELINA

## La marque Angelina, qu'est-ce que c'est ?

Depuis **120** ans, Angelina s'est imposée comme la marque emblématique et symbole de l'Art de vivre à la française. Avec sa gamme de produits d'épicerie haut-de-gamme, Angelina est au chocolat ce qu'est Chanel à la mode.

Vous ne pouvez pas venir à Paris ou y habiter sans avoir dégusté un chocolat chaud chez Angelina. Son prix peut paraître un petit peu onéreux (**8€20**), mais c'est parce qu'Angelina fut un temps l'incontournable rendez-vous de l'aristocratie parisienne.

Dans ses salons se sont croisés Proust, Coco Chanel et les plus grands couturiers français... qui s'y bouscuaient pour venir y déguster le fameux Mont-Blanc et l'inoubliable chocolat chaud dit "L'Africain".



## L'implantation New-Yorkaise



En 2019, Angelina a ouvert des points de vente au Qatar, au Koweït, à Bahreïn et en Chine, il était donc tant d'ouvrir une enseigne à New York, une des villes les plus connues du monde.

A l'automne 2019 donc, le salon de thé français s'implante aux Etats Unis. Détenue par le groupe français Bertrand, l'enseigne est gérée par Angelina Paris USA, détentrice de la franchise principale pour les États-Unis.

Mickaël Cova et Anthony Battaglia restent discrets sur l'investissement réalisé pour ouvrir cette première

adresse. (Selon le profil de l'un des associés, quelque quatre millions d'euros ont été investis dans l'opération par le groupe immobilier IDEC). Ils sont plus bavards sur d'autres chiffres: "Quand on a ouvert, on a dû réorganiser notre outil de travail pour faire face à la demande. Nous étions à 150-200 pâtisseries par jour. On en sort 1 000 maintenant", précise Anthony Battaglia. (French Morning, chiffres de 2020)