Communiqué de presse
Jeudi 20 juin 2013

Vinexpo 2013, un succès qui relance l'optimisme

L'édition 2013 du Salon Vinexpo ferme ses portes aujourd'hui après 5 jours d'échanges, de rencontres et de dégustations. 2 400 exposants de 44 pays ont pu démontrer la bonne santé et le potentiel du secteur des vins et des spiritueux auprès des visiteurs venus également des quatre coins du monde. Si les chiffres définitifs seront annoncés dans quelques jours, on peut d'ores et déjà mesurer une tendance à la hausse de la fréquentation étrangère. Sur les 48 800 visiteurs estimés, 38% ont fait le déplacement depuis le reste de l'Europe, l'Asie, le continent américain… Au total, 148 nationalités se sont données rendez-vous à Vinexpo. Le salon prouve une nouvelle fois qu'il est le plus grand rassemblement international des vins et spiritueux. A l'issue du salon, l'optimisme est de rigueur !

Vinexpo 2013, un signal positif pour le marché des vins et spiritueux

Alors que le monde entier a les yeux tournés vers la morosité économique ambiante, Vinexpo 2013 reflète, à l'inverse, un secteur dynamique et en croissance, porté par sa dimension internationale. Les exposants comme les visiteurs croisés dans les allées ont exprimé une réelle confiance en l'avenir.

Du côté des exposants, la volonté de se développer, d'innover et de trouver de nouveaux débouchés n'a jamais été aussi forte. Les grandes marques ont rivalisé de créativité pour accueillir leurs clients sur des stands originaux, présentant de nombreuses nouveautés.
Côté visiteurs, les acheteurs du monde entier ont afflué pour adapter leur offre et trouver les produits qui sauront satisfaire une demande mondiale en croissance. « *C'est un bon salon, encore mieux qu'en 2011. C'est vif, avec de l'effervescence. Le moral revient, la reprise est là* » s'enthousiasme Alain Brunet, Directeur général de la Société des Alcools du Québec, qui achète tous les ans 750 millions d'euros de vins et spiritueux. L'augmentation de la fréquentation des grands acheteurs nord-américains, et notamment canadiens (+10%), confirment le dynamisme de ces marchés.

« Le nombre et la qualité des échanges, l'effervescence dans les halls et les commandes initiées… Vinexpo 2013 signe le redécollage de la filière. » affirme Robert Beynat, Directeur général de Vinexpo.

Vinexpo, un salon résolument ouvert sur le monde

Véritable carrefour des nations, Vinexpo a accueilli une nouvelle fois des exposants et des visiteurs de tout pays, comme le constate Jan Pettersen, Directeur de la maison Fernando de Castilla : « *Nous venons à Vinexpo depuis 1983. Je suis impressionné, cette année, par le nombre de visiteurs internationaux* ». Le salon est à

l'image du marché des vins et spiritueux, un marché mondial, toujours plus de pays producteurs et une demande qui se développe à de nombreuses nouvelles régions.

A côté des pays producteurs traditionnels comme l'Italie, les Etats-Unis ou le Chili, de nouveaux acteurs apparaissent. Les Chinois bien sûr, mais pas seulement ! On peut citer par ailleurs le Brésil, le Liban, la Turquie… Au sein des visiteurs également, la part des étrangers a une nouvelle fois progressé. L'ouverture et la libéralisation de nombreux marchés ont boosté la demande sur tous les continents, l'Asie en tête. Dès lors, on a pu croiser cinq jours durant des acheteurs venant de pays éloignés, ceux-ci étant attirés par la puissance et la qualité de Vinexpo à Bordeaux. Elena Corzana, de la société espagnole Garcia Carrion confirme : « *Nous vendons auprès de 150 pays, donc Vinexpo est ce qu'il y a de mieux. A Vinexpo, nous pouvons rencontrer nos clients du monde entier. Vinexpo est un réel lieu de rencontres et notre agenda est désormais complet !* ».

Vinexpo, entre visibilité et expertise

« *Vinexpo est une vraie fenêtre ouverte sur le monde, permettant une visibilité forte auprès des acheteurs de tous les continent.* » confirme Xavier de Eizaguirre, Président de Vinexpo. Pour les plus petits producteurs et les exposants de terroirs plus confidentiels, Vinexpo offre le cadre idéal pour s'exprimer. C'était notamment l'objectif de Sébastien Sigaud, responsable export de la coopérative de Passy-Grigny : « *On attend de ce salon une visibilité à côté des plus grands. Et surtout une reconnaissance de nos vins* ». Pour les exposants les moins connus, faire partie de l'événement le plus grand, le plus médiatique, les aide à se faire connaître par le plus grand nombre. C'est d'autant plus vrai dans le cadre des pavillons nationaux, comme Pro Mexico, Japan Pavilion, Wines of Turkey et Sichuan Provincial Pavilion, quatre nouveautés de cette édition 2013.

Au-delà de la visibilité, Vinexpo est également le lieu de rencontres et d'échanges des plus grands experts des vins et spiritueux. Les marques présentes en profitent pour en tirer des enseignements, qu'ils soient liés à la production comme à la commercialisation ou le marketing.

La qualité des contacts noués sur le salon a une nouvelle fois été plébiscitée. Que ce soit sur les stands individuels ou les stands collectifs, chaque exposant a trouvé une réponse à ses attentes.

Vinexpo : l'Asie en ligne de mire…

C'est LE continent que la planète vins et spiritueux regarde avec attention. Avec les mastodontes démographiques que sont la Chine et l'Inde, l'Asie représente un bassin de consommateurs potentiels gigantesque. Les producteurs du monde entier veulent se positionner et gagner l'adhésion des acheteurs du continent. Vinexpo est devenu l'endroit idéal pour initier le contact puisque les visiteurs asiatiques ont répondu présents. 3 200 à 3 300 Chinois, mais également des Indiens, Taiwanais, Coréens, Thaïlandais… ont parcouru les allées du salon à la recherche de partenaires. « *Vinexpo est un formidable tremplin pour développer son business dans l'industrie du* vin » a déclaré Sumit Munjral, Directeur de Muntjal Brothers, importateur indien.

Autre pays asiatique, il faut noter qu'une des plus fortes croissances de participation revient cette année aux Japonais qui, avec 18% de visiteurs supplémentaires témoignent de la reprise du pays.
Le Royaume-Uni, la Russie et la Norvège connaissent également un regain d'activité sur Vinexpo en augmentant leur présence de l'ordre de 8% chacun.

Et une organisation sans faille

Fort de son expérience et de la qualité de ses équipes, Vinexpo a, cette année encore, prouvé son savoir-faire, pour offrir aux professionnels les meilleures conditions de travail.

Les Tastings, qui fêtaient leur premier anniversaire, et animés par les plus grands experts de la filière, ont convaincu les 14 700 participants de ces séances de dégustations. « *Vinexpo, un salon toujours incontournable dans le cadre de mon activité de consultant international : nouveaux contacts, fournisseurs, découvertes produits… Quant à la Master Class que j'ai animée dimanche sur les vins doux : un succès ! Beaucoup de monde et une organisation sans faille* » se félicite Paolo Basso, Meilleur Sommelier d'Europe 2010 et Meilleur Sommelier du Monde 2013. « *Une audience exceptionnelle pour la session dédiée aux tendances de consommation aux Etats-Unis. Vinexpo 2013 a été excellent un excellent millésime.* » s'est exclamé John Gillepsie, Président du Wine Market Council.

La couverture médiatique de l'événement demeure intense et internationale. Près de 1 300 journalistes de la presse écrite, des télévisions et des radios, venus de 54 pays, ont couvert l'événement. A cela s'ajoute une forte présence sur la toile, plus spécifiquement sur les réseaux sociaux, notamment sur Instagram où Vinexpo se raconte en images.

Rejoignez Vinexpo sur

Contacts presse Vinexpo
Anne Cusson – +33 663 323 506 – acusson@vinexpo.fr
Pauline Lévignat - +33 631 005 041 – plevignat@vinexpo.fr

Contacts presse Hopscotch:
Roberta Carrara – +33 668 928 596 – rcarrara@hopscotch.fr
Régis Thibault – +33 681 433 422 – rthibault@hopscotch.fr
Alexia Pedemanaud – +33 699 672 393 – apedemanaud@hopscotch.fr (medias audiovisuels)
Boris Cavaglione – +33 6 848 437 753 – bcavaglione@hopscotch.fr (medias audiovisuels)