

vino VISION

REFRESHINGLY DIFFERENT

12-14 / 02 / 2018

Le salon international
des vins septentrionaux

PARIS

Dossier de presse
2018



Paris expo Porte de Versailles
France

www.vinovisionparis.com

f |  /vinovisionparis



À propos.....	4
Édito.....	5
Filière vin.....	6
Septentrionalité.....	8
Focus vins effervescents.....	10
Vision du salon.....	12
Programme et expérience.....	13
Membres-fondateurs.....	15
Portraits septentrionaux.....	16
Infos pratiques & partenaires.....	22



À propos

Fiche d'identité

Directrice générale de la Division AFCO de Comexposium	Valérie Lobry
Directrice du salon	Chantal de Lamotte
Lieu	Paris expo Porte de Versailles
Dates	du lundi 12 au mercredi 14 février 2018
Horaires	de 9h30 à 18h30 (mercredi 17h)
Périodicité	Annuelle
Date de création	1 ^{ère} édition en 2017

Une 1^{ère} édition réussie

3300 visiteurs professionnels dont **17 %** sont des internationaux

4000 références proposées et **400** exposants

50 % des visiteurs recherchent des vins effervescents et **65 %** des vins tranquilles

90 % de visiteurs satisfaits*

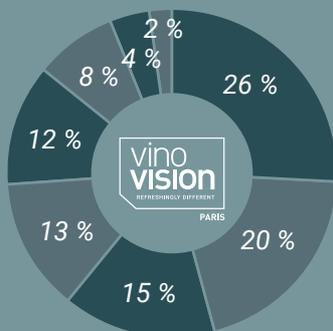
91 % d'exposants satisfaits*

*Enquêtes réalisées à l'issue de l'édition 2017 de VinoVision Paris.

Profil des visiteurs en 2017

Activités visiteurs

- 26 % Négoce / Grossiste spécialiste en vin
- 20 % Caviste
- 15 % CHR
- 13 % Import / Export
- 12 % Service / Conseil
- 8 % Distribution
- 4 % E-commerce
- 2 % Cadeaux d'affaires, comités d'entreprise



Top 5 des pays visiteurs internationaux



VinoVision Paris Refreshingly different

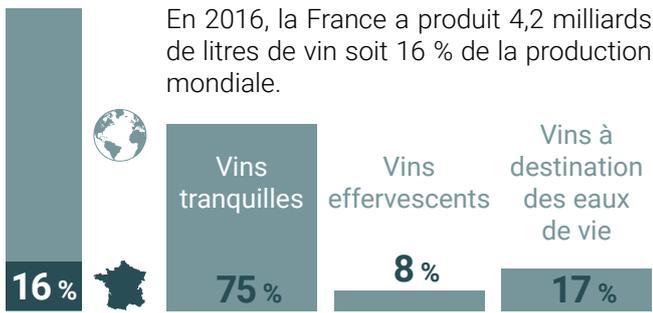
Un nouveau regard sur le vin

Alsace, Beaujolais, Bourgogne, Champagne, Jura, Savoie, Val de Loire... Et si ces vignobles reconnus dans le monde entier se retrouvaient dans le cadre d'un rendez-vous professionnel dédié ? Et si Paris, cœur de la France, ville lumière à l'énorme pouvoir d'attraction, capitale mondiale de la gastronomie, disposait d'un salon du vin, digne de ce nom ? C'est fort de ces deux constats que les interprofessions viticoles de la Val de Loire, du Centre-Loire, de Bourgogne, d'Alsace et le Syndicat Général des Vignerons de la Champagne* se sont associés à Comexposium, pour créer **VinoVision Paris**. Les participants de la première édition l'ont très vite compris : VinoVision Paris n'est pas un énième salon dédié aux vins. C'est Le salon des vins septentrionaux. Au-dessus d'une ligne qui va de La Rochelle à Lyon, les vignobles partagent plusieurs caractéristiques : des terroirs exigeants, une plus grande rigueur du climat par rapport au sud, des vins à la fraîcheur et la vivacité reconnues, une offre très riche de vins à bulles grâce aux Champagnes et aux nombreux crémants. De la table du Roi de France aux caves des meilleurs restaurants du monde, dans un bar, à la maison, ou en plein air pour une dégustation plus décontractée, les vins septentrionaux ont traversé les époques et se sont adaptés à tous les modes de consommation, d'ici ou d'ailleurs. Mais il ne suffit pas de surfer sur les tendances du passé ou du présent. Encore faut-il marquer le futur de son empreinte, ou plutôt de ses couleurs : rouge, rosé, ou blanc, avec ou sans bulles. VinoVision Paris s'appuie sur la richesse des terroirs et la diversité des cépages des vins septentrionaux pour être plus que jamais à la pointe des tendances. Car dans un salon à taille humaine comme VinoVision Paris, on ne se contente pas seulement de déguster, malgré l'indéniable plaisir que cela peut procurer. On envisage aussi le vin dans toutes ses dimensions, économiques, géographiques, climatiques, ou sociétales. Histoire de mieux appréhender les attentes des consommateurs, voire de les devancer. En 2018, VinoVision Paris accueillera 5000 visiteurs et plus de 500 exposants – des vignerons issus de maisons de différentes tailles – pour, une fois encore, rafraîchir notre vision du vin, et, surtout, partir à la conquête de la France et du monde. Pendant trois jours, du 12 au 14 février 2018, à Paris expo Porte de Versailles, VinoVision Paris accompagnera à nouveau les professionnels – vignerons, négociants, distributeurs, importateurs, CHR, Grands comptes et acteurs du e-commerce – dans leur quête d'un vin différent.

** Rejoints en septembre 2017
par le Beaujolais*

La filière vin aujourd'hui en France

Production



E-commerce

Le circuit e-commerce en pleine expansion !

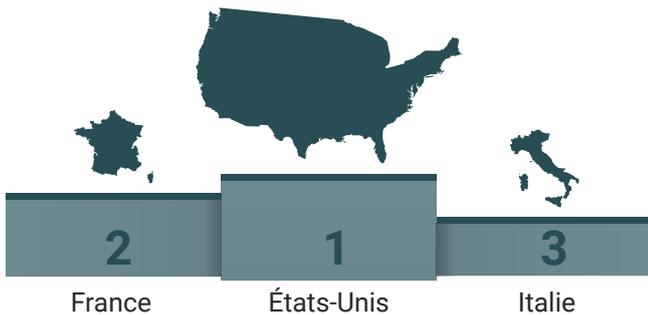


- Chiffre d'affaires : 430M€ en 2014 (excluant les sites des vignerons, syndicats, coop et négociants)
- 634 acteurs

Économie



Consommation



La France est le 2^e pays consommateur de vin au monde, derrière les États-Unis et devant l'Italie. Plus de 3,5 milliards de bouteilles y ont été consommées en 2016.

Achat

Sur 10 bouteilles de vin tranquille consommées en France : **5** bouteilles sont achetées en grande distribution, **3** au restaurant, **1** vendue au domaine viticole et **1** par un caviste ou en ligne.

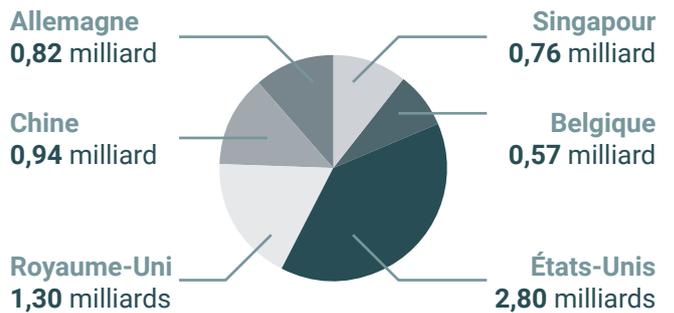


Export



La France est le **1^{er}** pays exportateur de vin et spiritueux en valeur

Chiffre d'affaires en 2016 : **11,11 milliards €**



Œnotourisme

Œnotourisme : les régions viticoles françaises attirent de plus en plus !

Plus de **10 000** caves touristiques

10 millions de visiteurs par an

42 % des œnotouristes sont étrangers

Sources : CNIV (Comité National des Interprofessions des Vins & Appellation d'Origine), FEVS (Fédération des Exportateurs de Vins & Spiritueux de France) FranceAgriMer, OIV (Organisation Internationale de la vigne et du vin) et vinetsociete.fr (2014, 2015 et 2016).

Le regard sur les vins septentrionaux va changer

Interview de **Pierre Clément**,
Président de l'Association des Vignobles Septentrionaux

Pourquoi une nouvelle place de marché telle que VinoVision Paris ?

VinoVision Paris est unique ! Depuis 2017, c'est le premier grand rendez-vous des vins septentrionaux... que tous les professionnels du vin – vignerons, producteurs, négociants – appelaient de leurs vœux.

Que signifie l'expression « Vins septentrionaux » ?

Comme vous le savez, le mot « septentrional » fait référence au Nord, Ainsi, les vins septentrionaux sont issus de vignobles situés au-dessus d'une certaine latitude, et plus précisément au nord d'une ligne allant du Beaujolais aux Charentes.

Quels vignobles sont représentés à VinoVision Paris ?

Toutes les grandes régions viticoles françaises du Nord sont concernées, que ce soit le Beaujolais, la Champagne, la Vallée de la Loire, l'Alsace, la Bourgogne, le Jura, ou la Savoie. Avec une grande diversité de cépages... Vous trouvez du Chardonnay, du Sauvignon Blanc, du Riesling, du Pinot Gris, du Gewurztraminer, du Chenin, du Pinot Noir, mais aussi du Cabernet Franc et du Gamay. Sans oublier la Mondeuse !

Mais au-delà de cette donnée géographique, pourquoi placer tous ces vins sous un seul et même chapiteau ?

Vous avez raison ! Si tous ces vignobles sont situés sur des terroirs aux climats froids, ce n'est pas là leur seule caractéristique ! Ce sont des vins qui se distinguent



par leur fraîcheur, et leur élégance, mais aussi par leur finesse ! Des vins qui s'adaptent à tous les moments de consommation. De l'apéritif au digestif en passant par les vins de tables... et les cocktails, avec le Champagne et les nombreux crémants !

Pourquoi Paris ?

Parce que Paris, c'est Paris ! Ses monuments : la Tour Eiffel, le Louvre, Notre-Dame... Et ses très nombreux restaurants étoilés Michelin. Vous n'imaginez pas le pouvoir d'attraction de cette ville en France et ailleurs dans le monde. Et puis avec l'Eurostar, le Thalys, et les hubs de Roissy et Orly, la capitale française est l'une des plus accessibles de la planète. Idéal pour faire de VinoVision Paris un salon de référence à l'international !

Quelle est l'ambiance de VinoVision Paris ?

VinoVision Paris se tient sur 3 jours dans une ambiance particulièrement conviviale ! Nous avons beaucoup insisté sur ce point en concevant ce salon. Vous pouvez rencontrer des passionnés, évidemment, mais aussi déguster de très nombreux vins. Et trouver des sources d'inspiration dans le cadre de la Tasting Avenue, des Masterclass ou des conférences. Notre but, c'est qu'après VinoVision Paris, les professionnels, séduits, portent un nouveau regard sur les vins septentrionaux ! C'est d'autant plus important aujourd'hui que 2017 s'annonce comme un grand millésime !

Marché du vin : état des lieux

Commentaire de **Jean-Pierre Van Ruyskensvelde**, Directeur Général de l'Institut Français de la Vigne et du Vin (propos recueilli dans le cadre du salon professionnel SITEVI)

Un marché mondial globalement en croissance

Le marché mondial du vin est globalement en croissance. La consommation mondiale de vin a légèrement progressé en 2016, à 242 millions d'hectolitres (+0,4 % sur un an), confirmant la stabilisation du marché depuis la crise économique de 2008. La France demeure, malgré une perte de part de marché en volume, le premier exportateur mondial en valeur avec 8,2 milliards d'euros exportés en 2016, ce qui représente 28,5% de la valeur mondiale. Les vins français continuent d'être globalement une référence sur les marchés internationaux. Ils sont reconnus pour l'exigence de la maîtrise de la qualité, de la vigne à la bouteille. Ce contexte économique plutôt favorable pour les vins français ne doit pas faire oublier l'âpreté de la concurrence internationale.

Un contexte climatique particulier

L'année 2017 est marquée par un impact très fort lié au dérèglement climatique sur le vignoble. Aucune région française n'a été épargnée par des épisodes de gel de printemps très sévères et de grêle de plus en plus violents et fréquents. Le réchauffement climatique constitue un autre challenge pour la filière. Avec des cycles démarrant plus précocement, il expose le vignoble français à ces accidents météorologiques, et nécessite des adaptations au vignoble et au chai pour préserver la typicité des vins.

Septentrionalité

Warm climate vs Cool climate

Climat chaud vs Climat frais



Un avenir radieux pour les vignobles septentrionaux

20 %

La production mondiale provenant des régions septentrionales



source : VinoVision Paris

50 %

Les exploitations françaises AOP situées en régions septentrionales



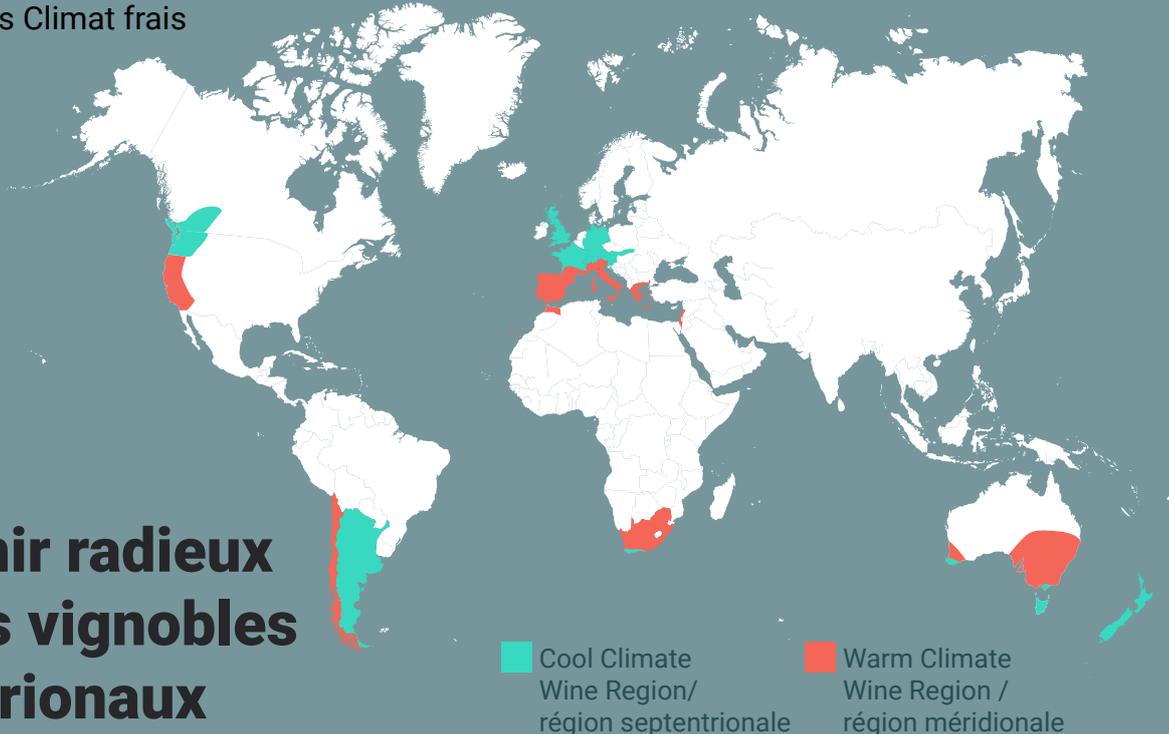
source : FranceAgriMer

50 %

Le poids des vins septentrionaux dans les exports de la France en 2016 (en valeur)



source : Douanes



© Source : Wine Folly - 2016

Warm vs Cool

En français comme en anglais, la définition des climats méridionaux et septentrionaux (warm climate vs cool climate), est à géométrie variable. Une méthode de classification, très anglo-saxonne, consiste à mesurer les degrés cumulés des températures de la vigne au moment de la période végétative. Le premier à l'avoir formalisé est le Dr Winckler de l'université de Davis aux États-Unis pour qui un climat froid est inférieur à 2500 degrés cumulés par an. La mesure se fait en degrés Fahrenheit en calculant la moyenne journalière et en cumulant les degrés supérieurs à 50 °F (10 °C) qui correspond au seuil de croissance de la plante. Cette méthode quantitative ne tenant pas compte de l'ensoleillement, elle a, depuis, été amendée et sophistiquée ; une complexité qui s'est finalement révélée

être un obstacle à sa diffusion. Une autre méthode, plus simple, consiste à prendre comme frontière le 45^e parallèle à mi-chemin entre le pôle nord – ou le pôle sud pour l'autre hémisphère – et l'équateur. En France, le 45^e parallèle passe à Bordeaux et dans le Rhône au niveau de Valence. Au sud du 45^e parallèle se situent les vignobles méridionaux, la Provence, le Languedoc-Roussillon. Au nord, leurs cousins septentrionaux, le Beaujolais, la Bourgogne, le Val de Loire, l'Alsace et la Champagne notamment. Toutefois, cette méthode ne tient pas compte de particularités locales, liées à l'altitude ou à la présence d'une façade océanique qui rafraîchit l'atmosphère. A même localisation, un vignoble situé sur un plateau en altitude comme en Espagne peut être considéré comme « frais » alors qu'il est situé dans une région méridionale ! Frais / chaud

ou septentrional / méridional... en France, les deux définitions se superposent et la terminologie « septentrional/méridional » est la plus communément admise. Elle a aussi un sens en Italie où la frontière se situe au niveau du Piémont et aux États-Unis avec l'Oregon.

De l'importance du climat...

Après la dernière période glaciaire – qui a pris fin il y a 10 000 ans – la vigne se met à pousser, notamment là où sa croissance s'avère la plus facile, dans le « croissant fertile », une bande suffisamment arrosée entre l'Iran, l'Irak et le Liban. Il y a 2500 ans, sous l'influence des Phéniciens, des Grecs, puis des Romains, elle colonise l'ensemble du bassin méditerranéen, avant de gagner la Gaule et d'autres régions du nord de l'Europe... Le millénaire suivant

voit se succéder période chaude et prospère et, période froide et austère. La Champagne qui, à l'exemple de sa grande concurrente la Bourgogne et avec les mêmes cépages, produisait des vins rouges, n'y arrive plus. Comme il faut moins de soleil pour produire des vins blancs, elle se lance dans les blancs avec ses cépages rouges. Au fur et à mesure de cette acclimatation des cépages, les méthodes de vinification ont, elles aussi, été adaptées. L'Alsace et l'Allemagne, célèbres pour leurs vins rouges – le fameux « Rouge de Trèves » – n'y arrivent pas non plus et se mettent à la production de vins blancs. En fait, tous les vignobles de l'époque sont profondément affectés par cette modification radicale du climat. Et aujourd'hui ? Forte variabilité intrinsèque de la climatologie ou influence humaine, peu importe l'origine... de très nombreux indices attestent du réchauffement climatique en cours. Ainsi, Daniel Rousseau, qui a établi l'évolution de la température annuelle en France de 1658 à 2014, montre la très nette accélération ces trente dernières années, ce qui n'est pas sans conséquence sur les vignes. Dans un ouvrage prophétique, « Histoire du climat à partir de l'an mil », mais aussi dans le cadre de travaux ultérieurs,

Emmanuel Le Roy Ladurie a montré que la date des vendanges est de plus en plus précoce.

...et des changements dans la consommation !

Depuis de nombreuses années, le degré alcoolique des vins monte. Ce qui ne doit rien au hasard. De la sélection des plants aux meilleurs rendements de sucre, des meilleures expositions plein sud à la recherche accrue de la maturité, tout a été fait pour augmenter le degré alcoolique. Aujourd'hui, nous distinguons donc 2 types de dégustateurs : celui qui aime les hauts niveaux d'alcool dans le vin et celui qui préfère un vin à 11 ou 12 degrés, frais, à l'image des vins septentrionaux. Or, après les vins pommadés des années 90, et les vins du sud dans les années 2000, les consommateurs – notamment les Millennials – plébiscitent désormais les vins vifs, effervescents ou minéraux !

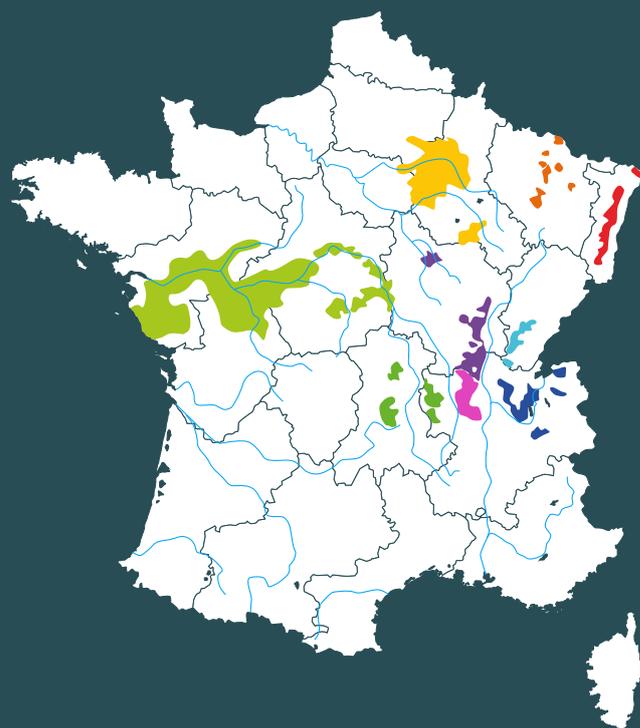
Revenir aux fondamentaux

La meilleure manière de retrouver de la fraîcheur dans les vins est de revenir aux fondamentaux. Si pendant longtemps, le bassin méditerranéen

avait le vent en poupe, la vigne part maintenant plus au nord, ou monte en altitude lorsque c'est possible. Comme par exemple dans les Hautes Côtes en Bourgogne où le raisin avait jusqu'à présent le plus grand mal à mûrir. Cette solution s'avère d'autant plus nécessaire que l'irrigation – ayant permis l'avènement du Nouveau Monde sur la scène du vin – atteint maintenant ses limites. En effet, le réchauffement climatique va de pair avec la pénurie d'eau, par exemple en Australie où la viticulture industrielle n'est plus possible par manque d'eau. Or, 85 % des vignes sont irriguées dans le Nouveau Monde, contre moins de 10 % en Europe. Ainsi, le réchauffement climatique va complètement redessiner la carte des vignobles... en France et ailleurs dans le monde. Les cépages naturellement frais comme le Riesling, le Sauvignon ou encore le Chenin prendront de plus en plus d'importance. Des vignobles spécialisés dans les vins blancs vont repartir dans les rouges, et les vignobles qui avaient du mal à faire mûrir leurs raisins vont avoir le vent en poupe. C'est dans ce contexte que l'Alsace, la Bourgogne, le Beaujolais, la Champagne, le Val de Loire et quelques autres régions ont leur carte à jouer. Il faut battre le fer tant qu'il est chaud.

Les vignobles septentrionaux français

-  Vignoble de Champagne
-  Vignoble Lorrain
-  Vignoble Alsacien
-  Vignoble de Bourgogne
-  Vignoble de la Savoie et du Bugey
-  Vignoble d'Auvergne et du Forez
-  Vignoble du Jura
-  Vignoble de la vallée de la Loire
-  Vignoble du Beaujolais



Focus sur les vins effervescents

by Kantar Worldpanel pour VinoVision Paris

KANTAR WORLD PANEL

Après un 1^{er} décryptage en 2017 par l'agence de prospective NellyRodi des moments de consommation plébiscités par les consommateurs d'aujourd'hui et de demain (Omni – Trendbook 2017), VinoVision Paris a souhaité interroger l'institut d'études Kantar Worldpanel afin d'analyser la consommation des vins effervescents (comprenant Champagne et AOP) en France.

⚠ 80 % des vins blancs effervescents AOP français sont issus des régions septentrionales

Source : Panel Kantar Worldpanel

1. Moments de consommation

2 moments-clés

Apéritif



Occasions de consommation des vins effervescents

Célébration



- Une importance significative des vins effervescents au moment de l'apéritif.
- Dans le cadre des moments de «célébration», une consommation encore plus marquée pour les Champagnes et vins effervescents, par rapport à la moyenne des boissons alcoolisées.

Source : Panel Kantar Worldpanel – Données arrêtées à fin mars 2016

De nouvelles occasions de consommation à développer !

2. Période de consommation

Un nombre toujours important d'acheteurs exclusifs de vins effervescents en période de fin d'année.



Part des achats se réalisant exclusivement sur les mois de décembre et janvier

Source : Panel Kantar Worldpanel – moyenne réalisée sur les 5 dernières années

3. Régionalisation

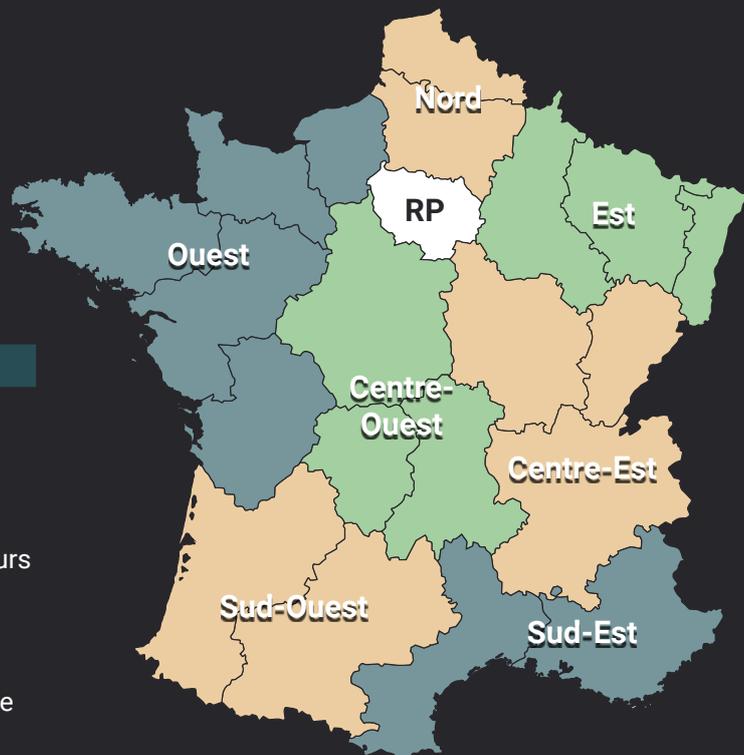
48%
des foyers acheteurs de
vins effervescents par an,
en France

Top 3 régions

Effervescents AOP	Champagne
Ouest	Région Parisienne
Est	Nord
Nord	Sud-Est

- Les foyers vivant dans le Nord et l'Est, très acheteurs de vins effervescents, à la fois amateurs de Champagne et d'effervescents AOP.
- Ceux de l'Ouest, très acheteurs au global de vins effervescents, très acheteurs d'AOP mais moins de Champagne.
- Les foyers vivant dans le Sud-Est et en région parisienne : de plus petits acheteurs de vins effervescents mais particulièrement acheteurs de Champagne.

Source : Panel Kantar Worldpanel – Données année 2016
(avec comparatif données années précédentes)



**Paris et la région parisienne
reste un territoire...**

- ▶ à défendre (Champagne)
- ▶ et même à reconquérir (Effervescents AOP)

4. Paris (Région parisienne)

- ▶ Les Franciliens achètent moins de vins effervescents que la moyenne française mais ils dépensent plus.

Achat



France **9,8 bouteilles** Région Parisienne **7,6 bouteilles**

Montant dépensé

Près de 8 bouteilles par foyer pour un montant de près de 90€.

France **76 €** Région parisienne **87 €**

Montant dépensé par an

- ▶ Le Champagne se taille la part du lion et représente plus d'un achat sur 2 de vins effervescents (vs 30 % pour la moyenne des foyers français).

- ▶ Hors Champagne, la concurrence la plus forte vient des vins effervescents étrangers, plus que des autres vins effervescents français.

- ▶ Un poids plus important des achats à travers les circuits spécialisés (cavistes notamment) que la moyenne française.



Source : Panel Kantar Worldpanel – Données année 2016

Vision du salon

Aborder le vin sur la Seine

Comment la 1^{ère} édition de VinoVision Paris a-t-elle été reçue ? Le pari – osé – a-t-il fonctionné selon vous ?

Complètement ! Lancer un salon n'est jamais évident. Mais notre parti-pris – créer un rendez-vous des vins à Paris, autour d'une identité originale, à savoir les vins septentrionaux – a séduit les professionnels. VinoVision Paris a d'ores et déjà marqué de son empreinte le paysage des salons professionnels dédiés au vin ! Alors, l'aventure continue et s'amplifie !



Vous parlez de parti-pris... quelles idées vous ont guidés pour imaginer VinoVision Paris ?

C'est un salon à taille humaine et très ouvert. Ouvert sur la France et le monde, Paris oblige. Ouvert à tous les professionnels du vin, qu'ils soient petits ou grands. Ouvert sur le présent et l'avenir, grâce aux Masterclass, aux conférences et à la Tasting Avenue, des événements dans l'événement, qui permettent de déguster de multiples vins... et de trouver de nouvelles sources d'inspiration. VinoVision Paris, c'est un peu le laboratoire des vins septentrionaux !

VinoVision Paris est malgré tout né dans un contexte très concurrentiel...

Vous avez raison. Mais avec le rapprochement entre Comexposium et Adhesion Group, nous pouvons maintenant envisager une plateforme commune avec Vinisud, le mondial des vins méditerranéens, organisé tous les ans à Montpellier. D'ailleurs, première étape de ce rapprochement dès 2018, notre décision d'organiser VinoVision Paris la même semaine, avec seulement 3 jours d'intervalle. Les négociants internationaux seront ainsi plus à même de participer aux deux salons.

Quels seront les points forts de VinoVision Paris 2018 ?

À nouveau, sans hésiter, les Masterclass, les conférences et la Tasting Avenue. En 2018, nous allons encore aborder une multitude de problématiques : climat, consommation à domicile et hors domicile, nouveaux modes de consommation, etc. Parce que les vins septentrionaux ont tout pour être encore plus dans l'air du temps... et qu'il faut s'y préparer. Il suffit parfois de quelques bulles pour faire la différence et créer des modes ! En matière de bulles, les vins septentrionaux ont de multiples représentants. Oui, en 2018, VinoVision Paris va encore nous rafraîchir différemment !

**« VinoVision Paris a d'ores et déjà marqué
de son empreinte le paysage
des salons professionnels dédiés au vin ! »**

Chantal de Lamotte,
Directrice du salon Vinovision Paris

Programme et expérience

Une déclinaison multi-expérientielle pendant le salon !

Tasting Avenue, l'espace de libre dégustation

Fort de son succès lors de la 1^{ère} édition, la Tasting Avenue s'articulera en 2018 autour de 2 zones distinctes dédiées aux vins tranquilles, et aux Champagnes et vins effervescents.

Cet espace de libre dégustation est à la disposition exclusive des professionnels du vin présents sur VinoVision Paris. Il est conçu pour faciliter la mise en relation entre les visiteurs de VinoVision Paris et les exposants des régions fondatrices du salon : Alsace, Beaujolais, Bourgogne, Centre-Loire, Champagne et Val de Loire.

La Tasting Avenue est associée à un site Internet mobile. Pratique, rapide et efficace, il permet aux visiteurs, en temps réel :

- de disposer d'une vaste banque d'informations sur les vins, les entreprises qui les produisent ou les commercialisent,
- d'accéder à des outils pour mémoriser et partager leurs dégustations,
- d'établir un lien direct pour entrer en contact avec les exposants.



Synergie & vision d'avenir

En 2018, les salons Vinisud (le mondial des vins méditerranéens) et VinoVision Paris (le salon international des vins septentrionaux) se rapprochent et organisent leurs événements conjointement, pour répondre encore mieux aux attentes des professionnels du vin en France et à l'international.

Grâce au rachat d'Adhesion Group par Comexposium, les 2 salons affichent leur complémentarité et créent dès leur prochaine édition l'opportunité unique d'une semaine de rencontres et d'échanges pour tous les acteurs du vin.

Pendant 8 jours, le monde du vin vibrera en France au rythme successif de 3 événements :

- Le salon **VinoVision Paris**
12 au 14 février 2018 à Paris expo
Porte de Versailles
- Les rencontres d'affaires **WWM GLOBAL**
14 au 17 février 2018 à l'hôtel du Collectionneur 5*
à Paris
- Le salon **Vinisud**
18 au 20 février 2018 au Parc des Expositions
de Montpellier



Programme Masterclass et conférences

Un vaste programme de Masterclass au cœur des spécificités septentrionales, organisé sur 3 jours :

- Les vins rosés en Centre-Loire
- Les vins de Bourgogne, singuliers et inattendus
- L'expression des terroirs en Vallée de la Loire : le Sauvignon blanc
- Beaujolais nouvelle génération, vins tendance
- Les climats du vignoble de Bourgogne : l'expression ultime du terroir
- L'emblématique cépage Chenin
- Le Cabernet Franc sous toutes ses facettes : rouges, roses et fines bulles
- Riesling et terroirs d'Alsace

Programme en cours

Et des conférences permettant le développement de connaissances avec notamment des interventions de :

- l'Union de la Sommellerie Française - Sommeliers de France
- la Wine Tech
- le Syndicat des Cavistes Professionnels
- Vitisphère
- V&S News
- Wine Enthusiast



Membres fondateurs

Regroupés sous l'Association des Vignobles Septentrionaux (AVS), les interprofessions viticoles de la Vallée de la Loire, du Centre-Loire, de Bourgogne, d'Alsace et le Syndicat Général des Vignerons de la Champagne (SGV) se sont associés à Comexposium pour créer le premier salon professionnel faisant la promotion de la richesse, de la diversité et du dynamisme des vignobles septentrionaux : **VinoVision Paris**. En septembre 2017, l'interprofession du Beaujolais a rejoint l'AVS.

LE BUREAU INTERPROFESSIONNEL DES VINS DE BOURGOGNE (BIVB)

Le Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne (BIVB) est une association de loi 1901. Reposant sur des principes de parité, il défend et met en avant le savoir-faire unique des professions du négoce et de la viticulture, héritage de la tradition et d'une passion partagée.

Géré par des membres élus, le BIVB rassemble les deux familles du vignoble (viticulture et négoce), afin d'en définir les orientations stratégiques.

Il réunit 288 maisons de négoce, 16 caves coopératives et 3901 domaines viticoles.

www.vins-bourgogne.fr



LE SYNDICAT GENERAL DES VIGNERONS DE LA CHAMPAGNE (SGV)

Le Syndicat Général des Vignerons de la Champagne (SGV Champagne) exerce ses fonctions de syndicat professionnel depuis 1919. Formé par des vignerons élus, le SGV poursuit l'œuvre des générations de vignerons précédentes dans l'objectif de défendre, de préserver leurs intérêts et de nourrir l'appellation Champagne tout en accompagnant la profession dans la complexité de la gestion des exploitations.

Il regroupe près de 20 000 adhérents, soit plus de 99 % des vignerons champenois.

Le SGV est également co-gestionnaire de la filière « Champagne », avec l'Union des Maisons de Champagne (UMC), au sein du Comité interprofessionnel du vin de Champagne (CIVC).

www.sgv-champagne.fr



LE BUREAU INTERPROFESSIONNEL DES VINS DU CENTRE-LOIRE (BIVC)

Créé en 1994, le Bureau Interprofessionnel des Vins du Centre (BIVC) est une interprofession viticole qui regroupe 8 AOC et 2 IGP (Sancerre, Pouilly-Fumé, Menetou-Salon, Quincy, Reuilly, Coteaux du Giennois, Châteaumeillant, Côtes de la Charité, Coteaux de Tannay). Situés au plein cœur de la France, les vignobles du Centre-Loire s'étendent sur 5780 ha dans les départements du Cher, de la Nièvre de l'Indre et du Loiret.

www.vins-centre-loire.com



INTERLOIRE

InterLoire, l'interprofession des vins de la Vallée de la Loire, est née de la volonté des vignerons et négociants du Pays Nantais, de l'Anjou, du Saumurois et de la Touraine, de défendre et développer leurs 50 appellations, dénominations et IGP, ratifiées par décrets.

L'interprofession des vins de la Vallée de la Loire rassemble 3000 opérateurs (viticulteurs, négociants et coopératives) qui commercialisent en moyenne 2 millions d'hectolitres par an équivalent à 270 millions de bouteilles. Elle regroupe plus de 50 appellations, dénominations et IGP réparties sur 43 000 hectares et 14 départements ligériens, de la Vendée au Puy-de-Dôme, représentant 80% des volumes du bassin ligérien.

InterLoire s'inscrit au cœur de la 3^{ème} région de vins d'appellation de France avec pour missions le pilotage économique de la filière, la recherche et l'expérimentation, la défense et la promotion des vins de la Vallée de la Loire.

www.vinsvalde Loire.fr



LE CONSEIL INTERPROFESSIONNEL DES VINS D'ALSACE (CIVA)

Le Conseil Interprofessionnel des Vins d'Alsace (CIVA) prend forme dès 1963. Son champ d'activité couvrait à l'origine l'AOC « Alsace » et s'est étendu par la suite (depuis 1975) aux appellations « Alsace Grand Cru » et « Crémant d'Alsace ».

Le CIVA tient compte de l'ensemble des vins d'Alsace et de leurs appellations. 7 cépages, 53 AOC (51 AOC Alsace Grand Cru ainsi que les AOC Crémant d'Alsace et AOC Alsace) et 2 mentions (Vendanges tardives et Sélection de Grains nobles) sont répertoriés.

www.vinsalsace.com



INTERBEAUJOLAIS

InterBeaujolais est l'interprofession des vins AOC du Beaujolais. Créé en 1959, cet organisme privé, reconnu par l'Etat, regroupe tous les partenaires de la filière viticole du Beaujolais.

Son objectif est de permettre son développement à travers :

- La promotion des vins sur les marchés par des actions collectives
- La réalisation de travaux de recherche et d'expérimentation
- La transmission et la transparence des informations économiques
- La défense juridique des appellations du Beaujolais
- L'organisation et l'harmonisation des pratiques et des relations professionnelles en usage

www.beaujolais.com



Les chiffres-clés de la région

29 586
Hectares de vignes AOP

84
Appellations d'origine contrôlée

4 cépages principaux : Chardonnay, Pinot Noir, Aligoté et Gamay

61,1%
Blanc

27,5%
Rouge

10,9%
Effervescent

0,5%
Rosé



Total de bouteilles

183,1 millions

Export

52 %

93,6 millions

France

48 %

89,5 millions



3 901

Viticulteurs



288

Maisons de négoce



Caves coopératives **16**



Source : BVB

Bourgogne



Témoignage de M Dominique PATIENT, DVP

« DVP, Domaines et Vins de Propriété, a été créé en 1989 avant d'être racheté en 2002 par le groupe Badet-Clément. DVP est aujourd'hui le principal spécialiste des vins de Domaines de Bourgogne, nous avons aussi dans le passé étendu notre activité au Beaujolais et plus récemment à la vallée du Rhône et au Languedoc Roussillon. Nous sommes négociants (non éleveur) et nous offrons une gamme large doublée d'un service

complet commercial, logistique et qualitatif tant à nos clients qu'à nos vignerons

Nous distribuons près de 200 domaines sur les réseaux de distribution définis au préalable avec chacun d'eux et commercialisons 2,4 millions de bouteilles, 70 % en France et 30 % est destiné à l'export.

3 mots pour illustrer nos particularités ? Partenariat, sélection rigoureuse, service complet. »

Comment avez-vous connu VinoVision Paris ?

J'ai connu le salon via notre interprofession et l'info en interne du service marketing de DVP.

Pourquoi revenez-vous cette année ? Quelles possibilités entrevoyez-vous en tant qu'exposant ?

Je considère que VinoVision Paris va prendre de l'ampleur, et probablement mobiliser cette année une plus grande clientèle étrangère. Nous comptons à court terme sur la dimension « vignobles du nord » de ce salon afin qu'il en devienne la référence. En 2018, DVP va présenter une gamme de vignerons de 1 ou 2 autres vignobles auxquels nous nous intéressons (Alsace & Champagne).

En quoi VinoVision Paris se démarque des autres événements professionnels du vin ?

Il est à Paris, c'est déjà nouveau !

Comment percevez-vous la dynamique de groupe émanant de la réunion des vignobles septentrionaux ?

La Bourgogne, le Beaujolais, la Champagne et l'Alsace n'avaient pas « leur » salon comme l'ont les vignobles du sud et une alliance avec les vins de Loire est tout à fait cohérente ; et surtout on ne peut pas s'empêcher de faire le parallèle avec Vinisud auquel nous participons aussi et qui connaît depuis plusieurs années un vrai succès tout en conservant une dimension raisonnable.

En quoi les vins que vous présenterez sur le salon correspondent à ce que le consommateur achète ?

Nous proposons des vins de Domaines qui répondent à une demande croissante d'authenticité de la part du consommateur.

Pensez-vous que VinoVision Paris peut refléter l'évolution de ces tendances ?

Oui car actuellement les gens recherchent l'authenticité. Ce salon ne se veut pas élitiste, mais accessible à tous. Ce n'est pas uniquement un salon parisien de grandes marques et maisons.

Les chiffres-clés de la région

34 300
Hectares de vignes AOP



1
Appellation d'origine contrôlée



7 cépages autorisés dont 3 principaux :
Chardonnay, Meunier et Pinot Noir



Total de bouteilles
306 millions



15 800
Viticulteurs



340
Maisons de négoce



Caves **140**
coopératives



Source : S&V

Champagne



Témoignage de Mme Florence BAUCHET, Champagnes Bauchet

Florence Bauchet, responsable commerciale des Champagnes Bauchet, entreprise familiale.

- Superficie du vignoble : 32 hectares en tant que récoltant manipulant
- Production en bouteilles : environ 300 000

- Cépages et appellations : Chardonnay et pinot noir
- Cuvée emblématique : la cuvée SIGNATURE (signature de la maison, dominante de Chardonnay).
- 3 mots pour illustrer les particularités du vignoble ?
Amour de la terre et histoire familiale. Notre logo est significatif : l'amour de la terre.

Comment avez-vous connu VinoVision Paris ?

J'ai voulu y aller car la proposition collait à mes attentes. J'avais le souhait de participer à un salon professionnel mais sans jamais l'avoir trouvé...

Vous avez participé à la 1^{ère} édition, qu'en avez-vous pensé ?

Un salon professionnel et à taille humaine. Ni trop grand ni trop petit. J'ai aimé le timing car février nous permet ensuite de nous concentrer sur le reste de l'année.

Pourquoi revenez-vous cette année ? Quelles possibilités entrevoyez-vous en tant qu'exposant ?

La cible du public est conforme à ce qu'on recherche car il y a une orientation internationale apportée à cet événement. Continuer de se

développer en Amérique du nord est un objectif et la possibilité de s'inscrire au Wine Enthusiast était une belle opportunité. Cela a déclenché des commandes, et a fait venir des importateurs.

En quoi VINOVISION Paris se démarque des autres événements professionnels du vin ?

La zone de libre dégustation « Tasting Avenue » est un grand atout pour le salon. Cela a un effet déclencheur pour les acheteurs, ils arrivent directement par cette zone.

Comment percevez-vous la dynamique de groupe émanant de la réunion des vignobles septentrionaux ?

Une croissance est à noter, et des commandes de cuvées ont été faites. On a eu l'opportunité aussi de mieux

communiquer et de bénéficier de plus de visibilité. Cela nous ouvre de nouveaux marchés et développements sur de nouveaux pays. On a même eu des premières commandes d'un importateur irlandais.

Quel est selon vous l'apport du positionnement parisien du salon ?

Paris ouvre vers l'international et c'est un symbole septentrional. Facile d'accès.

Pensez-vous que VINOVISION Paris peut refléter l'évolution de ces tendances ?

Le champagne est actuel et se positionne sur des angles multiples même si sa consommation a besoin de se moderniser. On ne doit plus être le produit d'une exception justement. Un travail est à faire, et pourquoi pas sur VINOVISION Paris.

Les chiffres-clés de la région Centre - Loire

5 780
Hectares
de vignes



8
Appellations
d'origine contrôlée



7 cépages dont 6 principaux : Sauvignon blanc, Pinot noir, Gamay, Pinot gris, Chasselas et Melon de Bourgogne.

83%
Blanc

11%
Rouge

6%
Rosé



Total des bouteilles
40 millions

Export

48 %



France

52 %

19

millions

21

millions

689

Déclarants



60

Négociants-vignerons



Source : BVC

Caves
coopératives **2**



Structures
commercialisant
en bouteilles **420**



Témoignage de M Frédrik FILLIATREAU, Domaine Filliatreau

Frédrik Filliatreau, 4^e génération de vigneron. Au cœur de l'appellation de Saumur-Champigny.

- Superficie du vignoble : 45 hectares
- Production : 350 000 bouteilles

- Cépages et appellations : Cabernet-franc et un peu de Chenin
- Cuvée emblématique : Vieille Vigne (1978, étiquette orange)
- Quelques mots pour illustrer les particularités du vignoble ? Tradition familiale, histoire du Saumur-Champigny

Comment avez-vous connu VinoVision Paris ?

Nous avons été mis au courant dès les prémices, par l'interprofession.

Vous avez participé à la 1^{ère} édition, qu'en avez-vous pensé ?

Oui j'ai déjà exposé. Formidable organisation.

Pourquoi revenez-vous cette année ? Quelles possibilités entrevoyez-vous en tant qu'exposant ?

J'étais étonné de voir beaucoup de contacts français. Je reviens car on ne peut pas juger un salon lors de sa première édition. Il faut le faire plusieurs fois.

En quoi VinoVision Paris se démarque des autres événements professionnels du vin ?

Je fais peu de salon, sinon des salons professionnels. Je suis optimiste car le positionnement de VinoVision Paris est original. Il n'y a pas assez de place pour les septentrionaux dans le paysage des salons.

Comment percevez-vous la dynamique de groupe émanant de la réunion des vignobles septentrionaux ? Quel impact a ce dynamisme sur votre business ?

Je suis convaincu de leur efficacité, qui plus est, en tant qu'ancien président de l'appellation Saumur-Champigny, car cela tire le marché vers le haut. Se regrouper est toujours mieux.

Quel est selon vous l'apport du positionnement parisien du salon ?

C'est très important, car tout le monde peut venir. C'est un point clef pour l'export.

En quoi les vins que vous présenterez sur le salon correspondent à ce que le consommateur commande ou achète ?

Ce sont des vins qui correspondent à la demande : des vins accessibles, faciles à boire, on ne veut plus mettre vingt euros dans une bouteille. Aujourd'hui, on est sur le fruit, moins sur la puissance, la fraîcheur, chez soi ou au restaurant.

Les chiffres-clés de la région Vallée de la Loire

45 000
Hectares de vignes AOP

5 IGP & 69 AOC
en rouges, blancs, rosés et fines bulles

20 cépages dont 7 principaux : Melon, Chenin, Sauvignon, Cabernet Franc, Gamay, Groslot et Pinot Noir



3 000
Viticulteurs

200
Maisons de négoce

Caves coopératives **20**

Source : InterLoire

Val de Loire



Témoignage de M Nicolas EMEREAU, Alliance Loire

Nicolas Emereau, DG d'Alliance Loire, structure de commercialisation de vins de coopératives basées entre le Muscadet jusqu'à la Touraine, comprenant donc Saumur, Chinon, Bourgueil, Vouvray, Vendôme. « Nous avons donc une offre large basée sur une grande variété de terroirs et de cépages identitaires comme le chenin, le pineau d'Aunis, le melon de Bourgogne, le Gamay, et bien d'autres encore ».

- 18 millions de cols produits/an
- Chiffre d'affaires : 45 millions d'euros
- Cépages : les cépages ligériens identitaires
- Appellations : Les appellations allant du Muscadet jusqu'à la Touraine avec de nouvelles appellations comme Saumur-rosé.
- 3 mots pour illustrer nos particularités ? Diversité de terroirs et de paysages, cépages identitaires au fort caractère, fruité et fraîcheur de nos vins.

Quel est votre lien avec VinoVision Paris ?

J'étais présent dès la première édition.

Vous avez participé à la 1^{ère} édition, qu'en avez-vous pensé ?

Ça s'est très bien passé car nous avons pu rencontrer nos clients traditionnels (CHR, grossistes). Le fait d'être à Paris nous a permis de rencontrer plus d'acheteurs parisiens et de grossistes.

Pourquoi revenez-vous cette année ? Quelles possibilités entrevoyez-vous en tant qu'exposant ?

Nous revenons avec une volonté de rencontrer tous les acteurs de la filière de la GD et nous avons l'ambition de rencontrer ceux de l'export. Nous souhaitons aussi

renforcer tous les rendez-vous et les rencontres de la première édition.

En quoi VinoVision Paris se démarque des autres événements professionnels du vin ?

Déjà, sa localisation. Paris est l'endroit parfait. Ensuite, il regroupe tous les vignobles septentrionaux. Ce qui offre une large gamme et une grande variété à tous les opérateurs étrangers. Ils peuvent découvrir une grande variété de vins en un seul salon.

Comment percevez-vous la dynamique de groupe émanant de la réunion des vignobles septentrionaux ?

Aujourd'hui, la réunion des vignobles septentrionaux en est à ses prémices. L'offre n'est pas encore installée, voilà pourquoi il faut contribuer à la mettre

en place activement.

Quel est selon vous l'apport du positionnement parisien du salon ?

C'est très pratique, facile d'accès et central aussi bien pour les visiteurs que pour les vignobles présents. En ce qui me concerne, cela me permet de toucher des personnes que nous ne voyons pas aux salons des vins de Loire.

En quoi les vins que vous présenterez sur le salon correspondent à ce que le consommateur achète ?

Nous présentons tous types de vins : des blancs, des rouges, des rosés, des effervescents. Soit une gamme associée aux différents moments de consommation.

Les chiffres-clés de la région

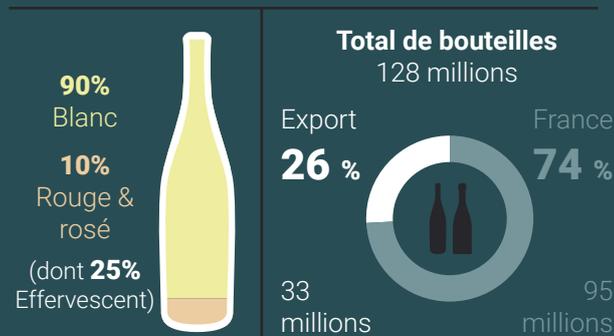
15 565
Hectares
de vignes



53
Appellations
d'origine contrôlée



7 cépages : Sylvaner, Pinot Blanc, Riesling, Muscat, Pinot Gris, Gewurztraminer, Pinot Noir



4 005
Déclarants



160
Négociants



Sica / Caves **12**
coopératives



840
Metteurs en marché



Source : CIVA

Alsace



Témoignage de M Yves BALTENWECK, La Cave de Ribeauvillé

Yves Baltenweck, Président du conseil d'administration de la cave de Ribeauvillé structure alsacienne qui produit 2 millions de bouteilles/an dont 40% à l'export.

- Effectif : 22 personnes
- Années d'expériences : Plus de 120 ans
- Supérficie : 235 ha dont 12 ha en bio
- Nombre de référence : 80 références

Comment avez-vous connu VinoVision Paris ?

On entendait parler de ce salon au positionnement intéressant, créé par des interprofessions (dont l'Alsace). On avait envie de trouver une nouvelle alternative face aux grands salons déjà installés.

Vous avez participé à la 1^{ère} édition, qu'en avez-vous pensé ?

Un salon professionnel des vins à Paris était ce qui manquait pour dynamiser notre secteur.

Pourquoi revenez-vous cette année ? Quelles possibilités entrevoyez-vous en tant qu'exposant ?

Avant toute chose je recherche des acheteurs français et étrangers, principalement des restaurateurs. Le salon est la possibilité de rencontrer ces personnes. L'idéal serait de rencontrer des acheteurs étrangers d'Europe de l'Est, d'Afrique

et d'Amérique du sud.

En quoi VINOVISION Paris se démarque des autres événements professionnels du vin ?

C'est un nouvel événement, donc il est déjà palpitant par ce statut. C'est un salon qui est proche de nous et offre l'opportunité aux septentrionaux de se démarquer.

Comment percevez-vous la dynamique de groupe émanant de la réunion des vignobles septentrionaux ?

Les interprofessions se mobilisent et c'est un excellent point. Nous avons besoin d'un beau salon tel que VINOVISION Paris en France car il va valoriser nos vins de qualité. Je dirais que c'est un salon à la hauteur de nos vins.

Quel est selon vous l'apport du positionnement parisien du salon ?

VINOVISION est à Paris, un point

positif pour nous et les acheteurs, d'autant plus que le timing est idéal.

En quoi les vins que vous présenterez sur le salon correspondent à ce que le consommateur commande ou achète ?

Le salon nous aide à mettre en avant la modernité de ces vins. On apprécie chez eux la fraîcheur et l'équilibre. Sur VINOVISION Paris on exposera des vins avec du caractère tel que le Riesling, et aussi une grande référence pour notre cave, Le Clos du Zahnacker.

Pensez-vous que VINOVISION Paris peut refléter l'évolution de ces tendances ?

Les septentrionaux vont bien au-delà de nos frontières. Ces vins sont internationaux ; aussi, le principe du salon va dans le sens de cette consommation et de cet engouement global.

Les chiffres-clés de la région

15 599
Hectares
de vignes

12
Appellations
d'origine contrôlée

2 cépages principaux : Gamay (rouge) et Chardonnay (blanc)

96%
Rouge

2%
Blanc

2%
Rosé



Total de bouteilles
106 millions

Export

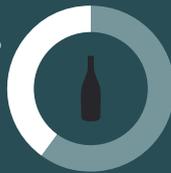
40 %

42,4
millions

France

60 %

63,6
millions



1 947

Viticulteurs



151

Maisons de négoce

Caves
coopératives **11**



Source : InterBeaujolais

Beaujolais



Témoignage de M Dominique PIRON, Domaines Piron

Dominique Piron, producteur, négociant et président de l'interprofession du Beaujolais depuis juillet 2016.

« Je suis situé à Morgon et je réalise des vins en appellations Beaujolais village, Chénas, Brouilly, Chiroubles, Fleurie et Moulin-à-Vent. En effet, le Beaujolais est un vignoble très morcelé qui connaît de nombreux changements de mains. Mes vignes sont dans la famille depuis 4 siècles

et nous nous sommes agrandis depuis quelques années. Nous produisons environ 600 000 cols par an, 98 % de rouges et 2 % de blancs.

3 mots pour illustrer les particularités du vignoble ? L'expression du Gamay qui est un cépage fragile très sensible. Classique, car nous jouons sur l'expression des sols et sur une culture de la biodiversité. Et, enfin, terroir sous le signe de la finesse et de l'élégance. »

Quel est votre lien avec VinoVision Paris ?

J'ai connu VinoVision Paris l'an dernier de façon très simple : par la presse.

Vous avez participé à la 1^{ère} édition, qu'en avez-vous pensé ?

J'ai participé sur le stand collectif de Vignobles & Signatures qui est un club qui réunit une quinzaine de domaines français régionaux et cela s'est très bien passé.

Pourquoi revenez-vous cette année ? Quelles possibilités entrevoyez-vous en tant qu'exposant ?

VinoVision Paris est un salon qui démarre tout juste, mais j'ai un avis positif de cette première édition. Il me permet de « participer au marché » des producteurs et des

négociants. Et Paris est un marché plein de potentiel !

En quoi VinoVision Paris se démarque des autres événements professionnels du vin ?

En tant que vigneron du Beaujolais, on ne peut ni participer à Vinisud ni au salon des Vins de Loire. Celui-ci est donc parfait pour notre région.

Quel est selon vous l'apport du positionnement parisien du salon ?

Paris est le cœur de la France, une belle et grande ville où se trouvent beaucoup d'opérateurs et d'acheteurs. Je pense qu'avant de chercher à s'exporter à l'autre bout du monde, il faut s'attaquer aux grandes villes de son pays.

En quoi les vins que vous

présenterez sur le salon correspondent à ce que le consommateur achète ?

Les gens cherchent des vins pas trop compliqués et plaisants à ouvrir sur de la cuisine simple mais bonne. Nos vins ont donc cet avantage en plus de pouvoir s'associer à la plupart des cuisines du monde qui sont très en vogue actuellement.

Pensez-vous que VinoVision Paris peut refléter l'évolution de ces tendances ?

Tout à fait. Les modes et les tendances se font et se passent dans les grandes villes, comme Paris... qui concentre le plus de journalistes, de cavistes et autres professionnels du secteur. Pendant VinoVision Paris nous organiserons d'ailleurs un off pour les journalistes.

Infos pratiques

Rendez-vous...

Du lundi 12 au mercredi 14 février 2018

À Paris expo Porte de Versailles

1 place de la Porte de Versailles 75015 Paris

Hall 4

Le salon vous accueillera

de **9h30 à 18h30** les 12 et 13 février

et de **9h30 à 17h** le 14 février

Accès

Piéton

Métro



Tram



Bus



Voiture

Depuis le périphérique...

Prendre la sortie « **Porte de Versailles** »

ou « **Porte de Brancion** » et accéder au

Parking F : accès rue Marcel Yol 92170 Vanves

INSCRIPTION VISITEURS

www.vinovisionparis.com/inscription

ACCREDITATION PRESSE

Pour gagner du temps à votre arrivée sur le salon, remplissez le formulaire d'accréditation en ligne et vous recevrez votre badge directement par mail.

www.vinovisionparis.com/accreditation

Partenaires

Air France

Anivin

Beverage Media

b network

Bourgogne Aujourd'hui

The Buyer

La Champagne Viticole

Drinks Business

Gault & Millau

L'Hôtellerie Restauration

Kantar Worldpanel

LSA

Meininger Verlag

L'Obs

Orcel & Romieu

Rayon Boissons

La Revue du Vin de France

La RVI

SommelierS International

Le Syndicat des Cavistes Professionnels

L'Union de la Sommellerie Française

Terre de Touraine

The Wine Merchant

Vitispère

V&S News

Vignerons de la Vallée de la Loire

Wine Enthusiast

La Wine Tech





PARIS

Suivez toute l'actualité du salon

www.vinovisionparis.com

f | t / [vinovisionparis](#)

#[vinovision](#)

VinoVision Paris

Chloé Desrosiers

Responsable Communication

chloe.desrosiers@comexposium.com

Chantal de Lamotte

Directeur du Salon

chantal.delamotte@comexposium.com

70 avenue du Général de Gaulle 92800 Puteaux

Tel : +33 1 76 77 19 40

Presse

Laurie Berthe

lberthe@painvincompany.com

Alexandre Lazareff

alazareff@painvincompany.com

Agence Pain Vin & Company

Tel : +33 1 55 35 03 88

10 rue Clapeyron 75008 Paris

