

Vinexpo : un rendez-vous stratégique pour les producteurs de spiritueux français

Du 14 au 18 juin 2015, de nombreux professionnels de la filière des spiritueux seront présents à ce salon international incontournable. Ils profiteront de ce rendez-vous stratégique pour lier des contacts avec des interlocuteurs du monde entier.

Gastronomie, mixologie et dégustations sont à l'honneur pour cette 18^{ème} édition. **Une occasion pour les producteurs de spiritueux**, adhérents* à la Fédération Française des Spiritueux, **de faire découvrir aux visiteurs leurs produits d'excellence, leurs innovations, les nouvelles tendances...**

* A.STAUB & CO • ABECASSIS • ARMANOIR • BACHE GABRIELSEN • BARDINET GASTRONOMIE • BARON DE ROTHSCHILD • BOISSET • BUSNEL • CAMUS • CASTAREDE • CHABASSE COGNAC • CHATEAU DU BREUIL • CHRISTIAN DROUIN • COMBIER • COMPAGNIE DE GUYENNE • DARTIGALONGUE • DELAMAIN • DELORD • DILLON • DOMAINE DU BOLLENBERG • DOMAINE DU COQUEREL • DOMAINE DUPONT • EMILE PERNOT • FERRAND • FRANCIS DARROZE • FRAPIN & CO • GIFFARD • H. MOUNIER • JEAN BOYER • JOSEPH CARTRON • L&L • LA MAISON DU WHISKY • LA MARTINIQUAISE • LAUBADE ET DOMAINES ASSOCIES • LOUIS ROYER • MAISON DE LA MIRABELLE • MAISON PRUNIER • MARIE BRIZARD • MASSENEZ • MAXIME TRIJOL • MERLET & FILS • MEYER • MICHEL COUVREUR SCOTCH WHISKIES • MOUTARD DILIGENT • PAGES VEDRENNE • PAUL DEVOILLE • PEUREUX • PIERRE HUET • RYST DUPEYRON • SLAUR SARDET • SPIRIDOM • TESSENDIER ET FILS • TESSERON • THOMAS HINE • TIFFON • VALDRONNE • WOLFBERGER...

Retrouvez toutes les informations sur :
<http://bordeaux.vinexpo.com/fr/visiter/preparer-sa-visite/le-catalogue-des-exposants/>



© Image & Associés-Cartron

“Dans un contexte national où la fiscalité et la réglementation appliquées aux spiritueux pénalisent la croissance, le développement à l'international est un levier d'évolution majeur pour nos entreprises. Cela fait de Vinexpo un rendez-vous stratégique.” soutient Sylvie Hénon-Badoinot, présidente de la FFS.

2 exemples de réussites à l'export d'entreprises présentes à Vinexpo



© Maison Castarede

Maison Castarède • Florence Castarède

UN PATRIMOINE DANS L'AIR DU TEMPS

Fondée en 1832, la Maison Castarède cultive son expertise de plus ancienne maison de négoce d'Armagnac, depuis 6 générations. Depuis 20 ans, Florence Castarède prend le parti de l'export pour développer la société familiale. Aujourd'hui encore, un de ses grands enjeux est la promotion de l'Armagnac à travers le monde, c'est pourquoi elle assure les missions de Conseillère du Commerce extérieur de la France.

QU'ATTENDEZ-VOUS DU SALON VINEXPO 2015 ?

Ce salon est avant tout **un rendez-vous stratégique**. J'y participe d'ailleurs depuis la 2^{ème} édition en 1982. C'est pour moi l'occasion de **renforcer mon réseau professionnel, d'y retrouver mes importateurs et distributeurs étrangers, d'inviter des clients potentiels**. Vinexpo est également une belle vitrine pour la **présentation des nouveautés** de la Maison : nouveau produit, nouvelle carafe... Par ailleurs, je me réserve toujours un **temps d'échange avec des amis producteurs**. Nous partageons ainsi nos expériences respectives.

AVEZ-VOUS REMARQUÉ UNE ÉVOLUTION, NOTAMMENT CONCERNANT LA PRÉSENCE DES PRODUCTEURS DE SPIRITUEUX ?

Effectivement, en 20 ans, j'ai noté une présence croissante des producteurs, qui ont sans doute été encouragés par l'ouverture d'un hall dédié aux spiritueux. Un autre changement notable concerne l'habillage des stands : **l'univers du luxe est de plus en plus présent**. Nos interlocuteurs étrangers peuvent être sensibles au luxe "à la française".

VOUS AVEZ UNE LONGUE EXPÉRIENCE À L'EXPORT. POURQUOI AVOIR FAIT CE CHOIX STRATÉGIQUE ?

Développer l'export a été une de mes priorités lorsque j'ai repris l'affaire familiale. Cela me semblait une voie intéressante pour faire croître l'activité de l'entreprise. J'ai donc trouvé des importateurs qui gèrent sur place la distribution de nos Armagnacs. Aujourd'hui nous réalisons **60% de notre chiffre d'affaires dans plus de 50 pays**. Nos marchés principaux sont la Russie, l'Europe (Angleterre, Allemagne, Belgique, Pologne...) et les Etats-Unis.

QUELLE IMAGE VÉHICULE VOTRE PRODUIT À L'ÉTRANGER ?

L'Armagnac jouit d'une bonne image sur nos différents marchés à l'export. **Les produits sont porteurs de belles valeurs : terroir, patrimoine familial, AOC, excellence**. Malheureusement, c'est une appellation méconnue. C'est un de mes principaux enjeux : **travailler la reconnaissance de l'appellation à l'étranger**.

COMMENT VOUS ORGANISEZ-VOUS POUR CES MISSIONS À L'ÉTRANGER ?

Je fonctionne de 3 manières : seule avec la force de vente de l'importateur pour des rencontres clients ; avec une équipe sur les salons internationaux ; en missions "découverte" pour de nouveaux marchés. Actuellement, ces missions à l'étranger me mobilisent environ **10 jours par mois sur une année**. Cela devrait changer sensiblement car depuis peu j'ai trouvé un réseau de distribution spécialisé dans les spiritueux en France à développer, le marché français représente environ 50% de l'appellation Armagnac. Un beau projet pour 2015 en perspective !



Luc, Pierre et Gilles Merlet
© Merlet

Distillerie Merlet & fils • Luc Merlet

L'INNOVATION EN HÉRITAGE

Installée depuis 1850 en Saintonge, la famille Merlet produit depuis 5 générations des Cognacs et des eaux-de-vie uniques. Dans les années 1970, Gilles Merlet prend la tête de la distillerie et innove en choisissant d'utiliser le savoir-faire familial pour élaborer sa propre crème de cassis puis toute une gamme de crèmes de fruits. Aujourd'hui, Gilles Merlet et ses deux fils, Pierre et Luc, poursuivent ensemble l'histoire d'une réussite familiale, entre amour du terroir et innovation.

L'HISTOIRE DE LA DISTILLERIE MERLET EST UNE VÉRITABLE SAGA FAMILIALE. COMMENT VOTRE TRIO FONCTIONNE-T-IL ?

Effectivement, il s'agit d'un choix important que nous avons fait avec mon frère de nous engager dans l'affaire familiale. Notre père nous transmet tous les jours son savoir-faire et sa passion. Pierre et moi nous complétons parfaitement dans nos rôles. Pierre gère tout ce qui est production et qualité de nos produits. De mon côté, j'ai la responsabilité de la communication et du développement commercial. Un véritable challenge pour faire connaître nos produits à l'étranger.

LE SALON VINEXPO EST JUSTEMENT UN TREMPLIN VERS L'EXPORT. VOTRE PRÉSENCE Y SEMBLE INCONTOURNABLE...

Tout à fait ! D'ailleurs la Distillerie y participe depuis les toutes premières éditions, dans les années 80. Notre présence à Vinexpo est bien sûr importante en termes d'image : nous montrons ainsi notre dynamisme au sein de la filière. C'est surtout le lieu d'échanges professionnels privilégiés.

QUELS CONTACTS SONT PARTICULIÈREMENT INTÉRESSANTS ?

Nous profitons de Vinexpo pour **entretenir nos liens commerciaux avec nos importateurs**. Nous organisons également des **rendez-vous avec de potentiels nouveaux clients**. Ces **contacts sont essentiellement tournés vers l'étranger**, pour l'export. Les professionnels français sont peu présents sur ce salon même si nous rencontrons quelques cavistes et professionnels de la restauration.

L'EXPORT REPRÉSENTE LES 3/4 DE VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES. QUELS SONT VOS PRINCIPAUX MARCHÉS ?

Nous sommes présents depuis les années 70-80 en **Europe de l'Ouest** (Royaume-Uni, Allemagne, Espagne, Bénélux, Scandinavie) qui reste notre premier marché. Depuis les années 2000, nous avons développé des contacts plus lointains : **USA, Russie** et, depuis 2 ans, **l'Asie**. Nous sommes également présents en Amérique du Sud via l'achat d'une distillerie de Cachaça au Brésil.

DÉVELOPPEZ-VOUS DES PRODUITS SPÉCIFIQUES POUR L'EXPORT ?

Nous exportons des **produits premium en marque propre** : Cognacs, liqueurs et crèmes de fruits Merlet. Nous développons également des **"produits à façon" sur commande**. Certains de nos clients connaissent notre expertise et notre savoir-faire et nous demandent de créer pour eux des produits inédits selon un cahier des charges défini. Notre principal enjeu aujourd'hui est de renforcer la notoriété de notre maison à travers nos propres produits.

Les spiritueux français rayonnent à l'export

Sylvie Hénon-Badoinot, présidente de la FFS :

“ Inscrits au patrimoine culturel, gastronomique et paysager protégé de France depuis juillet 2014, les spiritueux brillent par leur excellence. Nos produits s'exportent dans le monde entier et incarnent la richesse et la diversité de notre patrimoine gastronomique. Nos savoir-faire traditionnels, l'ancrage régional des produits mais également notre goût pour l'innovation sont autant de valeurs que nous avons à coeur de défendre à l'étranger dans nos différents échanges professionnels. ”

Reflets de l'art du partage et de l'art de vivre à la française, les spiritueux ont été **reconnus par l'UNESCO à leur juste place dans le repas gastronomique des Français**. Fruits d'un savoir-faire ancestral, de l'excellence, de l'exigence et de la patience d'hommes et de femmes passionnés, **ces produits d'exception sont ancrés dans le patrimoine de nos régions et s'exportent dans le monde entier**.

Un rayonnement mondial auquel contribuent 200 entreprises productrices de spiritueux adhérentes de la Fédération Française des Spiritueux, syndicat professionnel créé en 1996.

Le secteur des vins et spiritueux est d'ailleurs le troisième poste excédentaire de la balance commerciale française. La filière des spiritueux génère, quant à elle, **100 000 emplois directs et indirects**, participe à l'attractivité des territoires et au succès de l'activité touristique régionale, notamment via l'ouverture au public de nombreux sites de production dans lesquels se rendent plus d'un million de visiteurs chaque année.

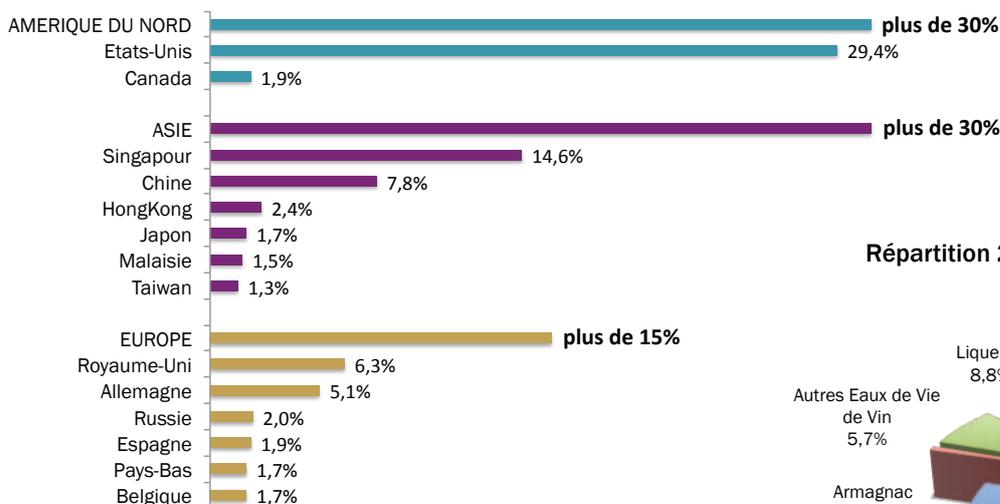
Les chiffres clés du marché des spiritueux à l'export

- **3,3 milliards €** réalisés à l'export
- **420 millions de litres** exportés

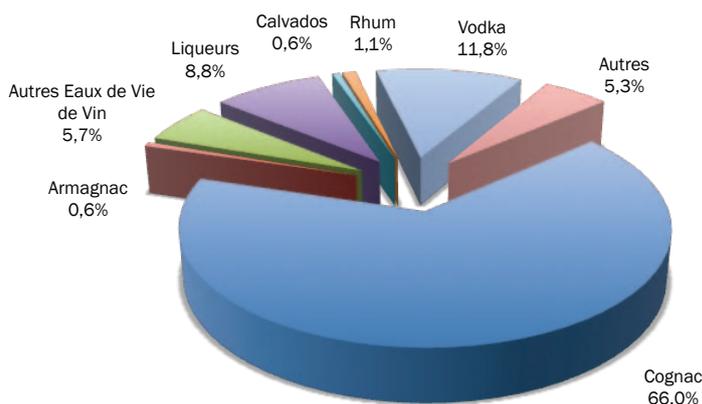
Les principales destinations pour les exportations de spiritueux français

- En 2014, **les 15 premiers marchés représentent 80% du chiffre d'affaires total**.
- Les marchés les plus porteurs restent les **Etats-Unis**, **l'Asie** (Singapour, Chine...) et **l'Europe** (Royaume-Uni, Allemagne...).
- Le **Proche-Orient** et **l'Afrique** (notamment le Nigéria et l'Afrique du Sud) sont des **marchés prometteurs en forte progression** : respectivement + 23% et + 8%).

Principaux pays d'exportation de spiritueux (en valeur)



Répartition 2014 par type de spiritueux (en valeur)



source : Douanes / F.E.V.S. - exportations de vins et spiritueux 2014



Les boissons spiritueuses sont des boissons alcoolisées obtenues par distillation, macération ou infusion de matières premières agricoles. Leur teneur en alcool est de 15 degrés minimum et certaines sont vieilles en fût. Il s'agit de boissons d'origine agricole. On dénombre 46 catégories principales de spiritueux (absinthe, anisé, Armagnac, Calvados, Cognac, eau-de-vie de fruit, genièvre, gentiane, liqueur et crème de fruit, rhum, vodka, whisky...).

La Fédération Française des Spiritueux (FFS)

Créée en 1996, la FFS est un syndicat professionnel composé de producteurs et distributeurs français de boissons spiritueuses. Elle regroupe près de 200 entreprises présentes dans 23 régions (y compris les départements d'outre-mer), de diverses tailles (90% de PME et de groupes à vocation internationale). Le secteur emploie en France 100 000 personnes (emplois directs et indirects).

www.spiritueux.fr

www.spiritourisme.com

www.facebook.com/Spiritourisme

Service de presse : VFC Relations Publics

Valérie Langlois - Élodie Lambert - Carole Prisset

vlanglois@vfcrp.fr - elambert@vfcrp.fr - cprisset@vfcrp.fr - T : 01 47 57 67 77