

DOSSIER DE PRESSE

AMUSE-BOUCHE PRÉSENTE  
EVENT

THE TASTE OF THE BEST



# PARIS COCKTAIL FESTIVAL

DIMANCHE 03 | LUNDI - PRO 04 OCTOBRE 2021  
PARIS EVENT CENTER

20 AVENUE DE LA PORTE DE LA VILLETTE, 75019 PARIS

[WWW.PARIS-COCKTAIL-FESTIVAL.COM](http://WWW.PARIS-COCKTAIL-FESTIVAL.COM)

BARMAG

CAVE 21  
LE VIN PARFAIT

cocktail  
DELUXE

METRO

SANTOS

SPIEGELAU

winterhalter

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



# DOSSIER EXPOSANT

# PARIS COCKTAIL FESTIVAL

10<sup>ème</sup>  
ÉDITION

## LE COCKTAIL

Aujourd'hui, le consommateur veut vivre une expérience, qu'elle soit de service ou de dégustation. Il est beaucoup plus conscient et s'intéresse aux produits, à leur origine, leur traçabilité, à leur valorisation et sublimation. Il papillonne aussi beaucoup plus entre les différentes propositions, avec ou sans alcool. La période que nous avons vécue aura un impact certain sur le monde du bar, qui ressort fragilisé par des semaines de fermeture. Comme souvent après pareille crise, les tendances peuvent s'accélérer et/ou s'ancrer durablement. De nouveaux modes de consommation, de nouvelles catégories de boisson peuvent en profiter et émerger.

Depuis 9 ans déjà, Paris Cocktail Festival accompagne le monde du bar, son boom, ses acteurs et ses mutations. Ce sera encore le cas cette année.

|                                                                                  |    |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| LE CONTEXTE : LE MONDE DU BAR SOUS LE CHOC ET EN PLEINE MUTATION.....            | 3  |
| PARIS COCKTAIL FESTIVAL: LE SALON DU COCKTAIL ET DES MODES DE CONSOMMATION ..... | 4  |
| LE CONTRAT DU SALON.....                                                         | 5  |
| LES VALEURS .....                                                                | 6  |
| LE VISITORAT .....                                                               | 7  |
| LE LIEU .....                                                                    | 8  |
| POURQUOI LES MEILLEURES MARQUES PARTICIPENT-ELLES ?.....                         | 9  |
| LA COMMUNICATION .....                                                           | 10 |
| LES ORGANISATEURS .....                                                          | 11 |



THE TASTE OF THE BEST



10<sup>ème</sup>  
ÉDITION

# LE CONTEXTE

« LE CHR GÉNÉRALISTE DE PLUS EN PLUS DEMANDEUR »

Pour survivre à cette crise sans précédent, le CHR va devoir se renouveler et s'adapter.

## 1 • PROPOSER UNE OFFRE RENOUVELÉE, DIVERSIFIÉE

À la recherche de nouvelles expériences de dégustation, les consommateurs plébiscitent des nouveaux modes de consommation, dont le cocktail, et une nouvelle offre boissons. Ils sont désormais connaisseurs et exigeants en termes de qualité, d'originalité et de service. Ils attendent encore plus aujourd'hui de l'offre CHR, pas seulement des bars pointus. Ils sont même prêts à dupliquer chez eux ce qu'ils ont goûté, auprès de leur cercle amical ou professionnel.

## 2 • VENDRE UNE EXPÉRIENCE AUGMENTÉE

Le barman a souvent été au centre de l'attention, pour sa technique, ses recettes. La nouvelle génération a élargi son expertise au service, en mettant en scène ses cocktails mais aussi en renouvelant l'accueil et le service. Ce métier de l'hospitalité doit aujourd'hui aller plus loin en dehors des sentiers battus grâce au pairing ou hors les murs avec une offre de vente à emporter.

## 3 • AFFICHER SA PERSONNALITÉ, SON EXPERTISE

Pour se différencier aujourd'hui dans une offre très concurrentielle, mieux avoir le petit truc en plus. Et à ce petit jeu-là, tout le monde a une carte à jouer, que ce soit celle de la spécialisation (spiritueux français, rhum) ou de l'expertise avec une carte pointue ou des connaissances particulières.

## 4 • UNE OFFRE COCKTAIL QUALITATIVE FIDÉLISE LA CLIENTÈLE ET CRÉE DE LA NOTORIÉTÉ

Les bars à cocktails tirent leur épingle du jeu. Le positionnement est porteur, pour peu que l'offre produits et la qualité du service soient à la hauteur. Les barmen, hommes ou femmes, sont aussi une des clefs de la réussite. Ambassadeur de leur établissement mais aussi caution, ce sont eux aujourd'hui qui détiennent la clef du succès. Les meilleurs sont aussi devenus des icônes de la génération actuelle. Et chacun a compris que cela mène à la reconnaissance de son établissement.

## 5 • LA VITRINE DE TOUTES LES BOISSONS CONVIVIALES

Historiquement conçu sur une base de spiritueux (gin, rhum, vodka, whisky, tequila, etc.), le cocktail s'émancipe aujourd'hui avec une diversité nouvelle d'ingrédients : les tonics, les softs, vins tranquilles ou effervescents, bière, cidre, le thé ou le café. Sans parler des bases sans alcool (nolo drinks, kombucha, kéfir) qui font en ce moment le buzz.





THE TASTE OF THE BEST



10<sup>ème</sup>  
ÉDITION

# PARIS COCKTAIL FESTIVAL

« LE SALON LEADER DU COCKTAIL »

## CRÉER L'ÉVÉNEMENT : RÉUNIR PARIS COCKTAIL FESTIVAL, FRANCE QUINTESSENCE, PLANÈTE BIÈRE

Nos 3 salons seront unifiés, dans des espaces qui leur seront propres, au sein du Hall B du Paris Event Center (6 000 m<sup>2</sup>). Dans la jungle des salons repoussés au second semestre 2021, les exposants et les visiteurs auront des choix à faire. Nous voulons ainsi mettre toutes les chances de notre côté. Chaque salon bénéficiera de la force d'attraction des autres et d'une communication sur des cibles élargies. Nous créerons ainsi l'évènement, jamais vu en France, tout en conservant la qualité de nos salons.

## UN SALON HAUTEMENT QUALITATIF

**PAR SA MISE EN SCÈNE.** Le marketing des marques liées au cocktail est totalement respecté. Les stands fournis sont dessinés et fabriqués par une agence de design très en vue dans le monde du bar. Pour cette 10<sup>ème</sup> édition, nous proposons aux marques de communiquer par le meuble avec des espaces de dégustation de 12m<sup>2</sup> (surface nue ou surface et stand clé en main).

**PAR SON « CONTENU » NOVATEUR.** Avec des pop'up (la Bibliothèque du Gin Tonic, le Salon des Cocktails Signature, la Cuisine des Cocktails Chauds), des conférences en ligne, des ateliers, les visiteurs se déplacent aussi bien pour rencontrer, écouter que pour déguster les dernières nouveautés et découvrir les modes de consommation du moment. Les meilleurs spécialistes sont présents pour décrypter les tendances.

**PAR SON VISITORAT.** L'entrée payante du salon pour le grand public permet d'avoir un visitorat de qualité, qui a fait une démarche active pour visiter le salon. Il est présent pour découvrir la richesse du monde du cocktail, et vivre des expériences olfactives et gustatives nouvelles. Les invitations des professionnels sont triées sur le volet et sont adressées à un réseau très qualitatif du secteur de la boisson.

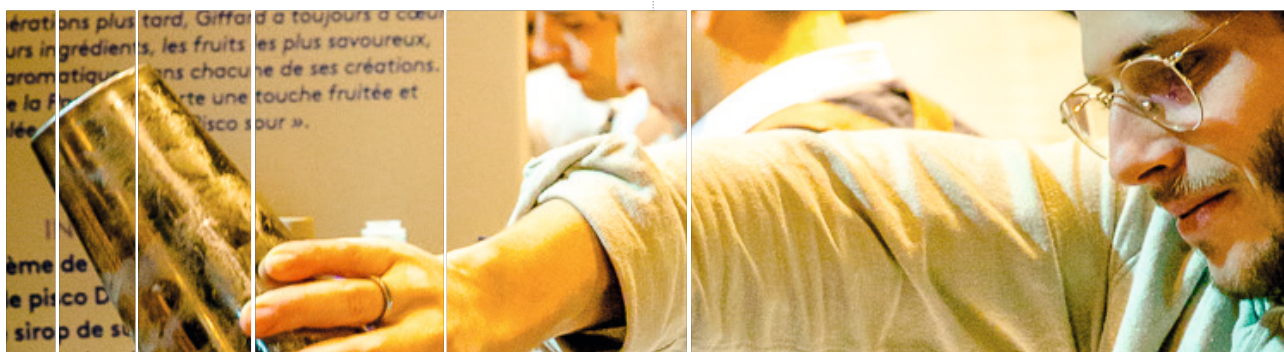
**PAR LA PORTÉE DE SA COMMUNICATION.** Communiqués, relations avec les médias professionnels, interviews, suivi par une agence de communication réputée vont accompagner l'organisation du Paris Cocktail Festival.

## PARIS, UNE PLACE FORTE À PORTÉE NATIONALE

Comme la dernière édition du salon l'a prouvé, les visiteurs viennent de toute la France pour visiter le Paris Cocktail Festival.

## LA PRÉSENCE DES GRANDES MARQUES ET DES NOUVEAUX ACTEURS

Au Paris Cocktail Festival, les marques sont visibles et leurs modes de consommations sont expliqués clairement via la communication pré-salon et les signalétiques des stands. La présence d'acteurs majeurs et de nouveaux entrants permet de bénéficier de la puissance de communication des uns et de l'aspect novateur des autres.



## INFOS PRATIQUES

DATES : Dimanche 3 octobre de 10h à 18h : Particuliers - entrée payante

Lundi 4 octobre de 10h à 18h : Professionnels - gratuit, uniquement sur invitation

LIEU : Paris Event Center - 20 avenue de la Porte de la Villette - BILLETTERIE : [www.paris-cocktail-festival.com](http://www.paris-cocktail-festival.com)



THE TASTE OF THE BEST



10<sup>ème</sup>  
ÉDITION

# LE CONTRAT DU SALON

« VIVRE UNE VÉRITABLE EXPÉRIENCE GUSTATIVE »

Le Paris Cocktail Festival ne ressemble pas à un bar géant ou à une exposition professionnelle classique. Il s'agit d'un salon de dégustation créateur de valeur. Pour cela, Paris Cocktail Festival propose une vraie mise en scène et offre les meilleures conditions de dégustation, afin de permettre aux visiteurs de vivre une véritable expérience gustative.

## UN DÉCOR PROPRE À L'UNIVERS DU COCKTAIL

Pour donner une image haut-de-gamme au salon, tout en restant accessible à l'ensemble des exposants, et offrir les meilleures conditions de visibilité à chacun, Paris Cocktail Festival a tout d'abord choisi un lieu évocateur de valeurs propres à l'univers du cocktail : nuit, fête, convivialité, accessibilité. Ensuite le stand et l'intégralité de la signalétique sont fournis clés en main. Ce qui signifie que tous les exposants seront logés à la même enseigne.

## LES MEILLEURES CONDITIONS DE DÉGUSTATION

Afin de permettre l'accueil de toutes et tous dans les meilleures conditions sanitaires et de distanciation sociale, les salons investiront la grande halle de 6 000m<sup>2</sup> du Paris Event Center.

Il sera remis à chaque visiteur un verre spécifique Spiegelau, adapté à tous types de cocktail et offrant toutes les garanties (verre transparent, taille normale) de dégustation. Des verres propres

seront disponibles en permanence à l'entrée de chaque salon afin de pouvoir en changer à tout moment si on le souhaite.

## TRANSMETTRE LES BONS GESTES

Il sera remis à chaque visiteur pro un crachoir individuel. Il n'est pas nécessaire d'avaler une trop grande quantité à chaque dégustation pour apprécier pleinement les caractéristiques d'un cocktail. De l'eau – bouteille sur les stands, fontaine dans chacun des espaces – sera également disponible en quantité. L'exercice impose de boire beaucoup d'eau entre chaque dégustation.

## LA RESPONSABILITÉ DE CHACUN

Paris Cocktail Festival invite chaque exposant à ne pas proposer à la dégustation de trop grandes quantités. Mieux vaut marquer le coup avec un mini-cocktail qu'un verre entier trop long à déguster. Cela suffit largement pour apprécier n'importe quel cocktail à sa juste valeur.





10<sup>ème</sup>  
ÉDITION

# LES VALEURS

« SUBTILITÉ, SIMPLICITÉ, INNOVATION, MODERNITÉ »



## LES VALEURS

« Subtilité, simplicité, innovation, modernité »

### PROMOUVOIR LE GOÛT

En permettant de déguster le plus bel échantillon de cocktails signature de marques et/ou les créations des bartenders les plus talentueux de leur génération.

### FACILITER LES RENCONTRES

En réunissant les producteurs de tous horizons (français et étrangers), les professionnels du commerce de la catégorie liquide, ses personnalités (barmen, experts, journalistes) les plus en vue.

### VALORISER LES MARQUES

En créant un décorum qualitatif, à l'image du travail des producteurs et des marques, en (re)plaçant leur savoir-faire au centre de l'attention et à leur juste place, en optimisant les conditions de dégustation.

### INFORMER LE PRESCRIPTEUR

En communiquant sur l'offre actuelle des modes de consommation, et par des expériences gustatives innovantes, des ateliers pratiques et des conférences sur les thèmes du moment.



THE TASTE OF THE BEST



10<sup>ème</sup>  
ÉDITION

# LE VISITORAT

Paris Cocktail Festival est un événement fédérateur qui a pour but de développer le marché du cocktail, valoriser l'ensemble des boissons conviviales (avec ou sans alcool), réunir ses acteurs. Cette année, le Paris Cocktail Festival réunit trois cibles de visiteurs : les particuliers amateurs, les professionnels (et futurs professionnels) de la filière boisson, et les médias.

## LE VISITEUR PARTICULIER EST UN CONNAISSEUR PRESCRIPTEUR

L'univers du cocktail attire et fascine. Chez les particuliers amateurs de cocktails, certaines connaissances sont déjà acquises : les noms des cocktails, les bons endroits où les trouver. Leur nombre est croissant, et l'amateur occasionnel se transforme en spécialiste (très) averti. Paris Cocktail Festival s'adresse à chacun d'entre eux. La dégustation favorise les rencontres, les échanges, la découverte. Et ce, quel que soit le niveau de connaissance. En revanche Paris Cocktail Festival ne s'adresse pas au badaud. Il cible les visiteurs actifs, curieux, prescripteurs.

## LE VISITEUR PROFESSIONNEL EST L'ACHETEUR DES MARQUES

Tous les circuits de distribution sont concernés par cette demande pour le cocktail et ses ingrédients de qualité : de la grande distribution au caviste spécialisé en passant par les bars et les restaurants. Paris Cocktail Festival veut rassembler en un même lieu tous les acteurs

des réseaux sélectifs et prescripteurs : acheteurs grands comptes, prestige ou réseaux chainés, cavistes indépendants, CHR moyen et haut de gamme, distributeurs, grossistes, en quête d'une offre différenciée de ses concurrents.

## LE VISITEUR MÉDIA EST PORTEUR DE SENS

Paris Cocktail Festival s'adresse à tous les médias. Le journaliste spécialisé y trouvera les informations relatives aux prochaines nouveautés, révisera ses classiques ou nouera de nouveaux contacts. La presse art de vivre, tendance ou gastro sera surprise par la grande richesse de l'univers du cocktail : ses personnalités, son histoire ou celle des marques et distilleries, ses techniques ou ses modes de consommation. Le média plus généraliste, qu'il soit d'information ou économique, trouvera matière à des sujets de fond sur un secteur d'activité porteur et dynamique, bien loin des clichés traditionnellement véhiculés.





THE TASTE OF THE BEST



10<sup>ème</sup>  
ÉDITION

## LE LIEU



Situé dans un arrondissement dynamique et en pleine mutation, proche de la Philharmonie et de la Cité des Sciences et de l'Industrie, le Paris Event Center, site à l'architecture contemporaine, s'impose comme le nouveau lieu événementiel de l'est parisien. Il s'inscrit ainsi pleinement dans le développement du projet Grand Paris. Très fonctionnel, le site s'étend sur 32 250 m<sup>2</sup> d'exploitation répartis entre deux halls (dont le Hall B de 8 000 m<sup>2</sup>) et 20 000 m<sup>2</sup> d'espaces extérieurs, parfaitement modulables.

Facile d'accès, le Paris Event Center se situe au 20 avenue de la Porte de La Villette avec de nombreuses possibilités : tramway, métro, bus et RER E «Gare Rosa Parks» (20min à pied ou à 2 stations de tramway).

### DÉTAILS PRATIQUES

**LE PARIS EVENT CENTER - HALL B** - 20 avenue de la Porte de la Villette - 75019 Paris

#### ACCÈS

- Tramway T3B - Station Porte de La Villette  
Cité des sciences et de l'industrie (6 min)
- Métro ligne 7 - Station Porte de la Villette (6 min)
- Bus ligne 150 - Station Magenta (3 min)
- RER E : Gare Rosa Parks (15 min)
- Périphérique : sortie Porte de la Villette (2 min)

#### SITUATION

- Aéroport de Paris-Orly : à 25 km par l'A6 et périphérique Est
- Aéroport de Charles de Gaulle : à 18 km par l'A1 et périphérique Sud
- Gare Montparnasse : à 18km
- Gare de Lyon : à 10 km
- Gare du Nord / Gare de l'Est : à 3,5 km
- Gare Saint Lazare : à 5,5 km



10<sup>ème</sup>  
ÉDITION

# POURQUOI LES MEILLEURES MARQUES PARTICIPENT-ELLES ?

« ÊTRE AU CENTRE DE L'ATTENTION »

## POUR RÉPONDRE AU BESOIN DE RÉACTIVER LES RELATIONS COMMERCIALES

Pour tout le monde, les enjeux prioritaires reposent sur le rétablissement des niveaux d'échanges commerciaux d'avant. Dans notre secteur, comme dans bien d'autres, la concentration des efforts se fera sur la reprise des relations commerciales avec les points de vente clients et les prospects. Paris Cocktail Festival a toujours montré qu'il avait cette capacité de rassemblement exceptionnelle des professionnels de la catégorie. C'est cette dynamique que l'édition 2021 souhaite pérenniser : permettre aux exposants de rencontrer des centaines de clients.

## POUR VALORISER DU MARCHÉ FRANÇAIS

Le cocktail est un produit de grande consommation à forte valeur ajoutée. Il bénéficie d'une très forte image qualitative. Et cela doit rester ainsi. Paris Cocktail Festival contribue à cette forte valorisation de la catégorie cocktail. Le marché est en croissance et peut encore s'accroître, aussi bien dans les CHR que chez les particuliers via les cavistes et la grande distribution. Tous ensemble faisons bouger les lignes toujours plus loin pour émanciper la consommation du cocktail.

## POUR PRENDRE LA PAROLE DANS UN CONTEXTE PORTEUR ET VALORISANT

Les moments qualitatifs de prise de parole pour les marques sur le cocktail ne sont pas légion. Paris Cocktail Festival en est un, et qui plus est de forte résonnance à l'échelle nationale, voire internationale avec les réseaux sociaux. Paris Cocktail Festival a mis tous les outils en place en amont de l'événement pour amplifier la parole des acteurs de la catégorie. Et pendant l'événement, c'est aux marques de prendre la parole pour s'adresser à ses visiteurs ou relais d'opinion : qui sont-elles, comment les utiliser en cocktail, où peut-on les acheter (...) ? Autant de questions auxquelles il faudra répondre, mais pas n'importe où : dans un contexte valorisant.

## POUR RECRUTER DES CLIENTS PROFESSIONNELS

Face à la diversité de l'offre actuelle des spiritueux, softs, jus, bières et vins, il est important d'identifier sa gamme ou sa référence dédiée à la mixologie. Car elles ne sont pas toujours clairement reconnues par les professionnels. Rien de plus facile grâce à ces nombreux moments de proximité qu'offre un salon. Paris Cocktail Festival permet ainsi de recruter de nouveaux clients ou de fidéliser les existants. Une démarche qui habituellement demande énergie et inventivité. Exposer sur un salon, c'est rencontrer ses prospects et ses clients dans un contexte convivial, en dehors de leur cadre de travail habituel.

## POUR TESTER SES QUALITÉS

Pour savoir ce qui est meilleur, il faut déjà connaître ce qui est bon. Et il y a autant de bonnes réponses que de dégustateurs. Pour certains, ce sera le goût ou l'expérience de dégustation, pour d'autres le rapport qualité/prix ou la régularité de la production. Ce qui laisse la même chance à l'ensemble des liquides présentés si les conditions de dégustation sont bonnes et identiques.

## POUR RENCONTRER SES PAIRS

Participer à un événement comme Paris Cocktail Festival, c'est faire la démarche de rencontrer ses clients. C'est aussi y croiser ses pairs. À l'échelle de la planète et dans un contexte de mondialisation, le monde de la catégorie liquide en France est trop petit pour s'éviter. Et les occasions ne sont pas si nombreuses pour échanger entre acteurs responsables, que l'on soit petit ou grand. Une fois par an. Cela laisse suffisamment de temps le reste de l'année pour être concurrents, et cela permet de faire évoluer tous ensemble la catégorie.



10<sup>ème</sup>  
ÉDITION

# LA COMMUNICATION

« PROMOUVOIR UNE IMAGE MODERNE ET QUALITATIVE DU COCKTAIL »

Pour exister dès sa première année de reprise, Paris Cocktail Festival a su développer une politique de communication ambitieuse et ciblée. Ambitieuse pour donner toute la visibilité nécessaire à la réussite du projet et parce que le cocktail le vaut bien. Ciblée car Paris Cocktail Festival ne souhaite pas attirer de badauds. La réussite du projet passe aussi par la qualité des visiteurs. La communication de Paris Cocktail Festival (budget compris entre 50 et 70 K€) est basée sur un certain nombre d'outils et moyens mis en œuvre.

## LES RELATIONS PRESSE

Le contact avec les journalistes et les blogueurs est très régulier en amont du salon via une série de communiqués de presse sur les points forts du Paris Cocktail Festival : son concept, ses exposants, ses animations, son succès. Suite aux nombreuses retombées médiatiques pour les salons de dégustation Planète Bière et France Quintessence, Paris Cocktail Festival s'est attaché les services de l'agence Born To Be Wine, dont la fondatrice Aurélie Rovnanik est une professionnelle reconnue auprès des journalistes vins, bière, spiritueux et art de vivre.

## UN SITE INTERNET DÉDIÉ

[www.paris-cocktail-festival.com](http://www.paris-cocktail-festival.com), simple et très visuel, a subi une refonte totale. Son but : privilégier l'information, donner une bonne image de la catégorie cocktail, tout en facilitant la venue des visiteurs. [www.paris-cocktail-festival.com](http://www.paris-cocktail-festival.com) permet de préparer sa visite (programme, accès, billetterie), de connaître la liste des exposants du salon mise à jour en temps réel et au fur et à mesure des inscriptions. Il apporte un descriptif de chacun des cocktails et des marques en dégustation. Il présente toutes les animations et conférences ainsi que chacun des intervenants.

## LES RÉSEAUX SOCIAUX

Devenus incontournables, les réseaux sociaux (Facebook, Instagram) sont au cœur de la stratégie de communication du Paris Cocktail Festival. Un salon est un média qui met en relation des exposants et des visiteurs mais c'est aussi une communauté qui partage ses informations. L'échange et la rencontre étant au cœur de l'ADN et du projet Paris Cocktail Festival, les interventions (posts ou photos) sont nombreuses en amont du salon, pendant le salon lui-même mais aussi entre deux éditions. Pour ne pas perdre le contact.

## DES PARTENAIRES MÉDIAS

Paris Cocktail Festival, noue des partenariats avec les principaux acteurs médiatiques du monde du cocktail et de l'art de vivre, afin de relayer la communication et l'affiche du salon via des échanges publicitaires.

## MAILINGS, E-MAILINGS, ENVOI D'INVITATIONS

Des outils de promotion ciblés seront mis en place auprès des professionnels : campagnes e-mailings, mailings, envoi d'invitations.



THE TASTE OF THE BEST



10<sup>ème</sup>  
ÉDITION

# LES ORGANISATEURS

#ONAIMÉFAIREDESSALONS

## FRANCK PONCELET

Depuis 2006, Franck Poncelet édite les magazines *Barmag* et *Cocktail Deluxe*. Le premier est un mensuel gratuit qui a su répondre aux attentes du secteur de la boisson, et qui s'est implanté dans les établissements les plus tendances et prestigieux des principales villes de France. *Cocktail Deluxe*, lancée en 2008, est la vitrine des plus belles créations cocktail. Le lectorat, épicurien et curieux, aime découvrir les dernières nouveautés à déguster (*cocktails, bières et spiritueux*), les nouveaux modes de consommation et tous les lieux où il peut passer un bon moment avec ses amis. Depuis leur création, *Barmag* et *Cocktail Deluxe* ont toujours valorisé le cocktail et ses acteurs. *Barmag* est et a été le partenaire depuis leur création des principaux salons de dégustation parisiens : *Planète Bière*, *Rhum Fest Paris*, *France Quintessence* et auparavant *Cocktails Spirits*, *Whisky Live* et bien d'autres.

## PHILIPPE JUGÉ

Après avoir travaillé douze ans dans le monde de la presse musicale, Philippe Jugé s'est plongé avec délice dans le whisky dès 2006. Éditeur délégué de la version française de *Whisky Magazine* qu'il a ouvert à tous les spiritueux en 2010, il a aussi été le chef d'orchestre du salon *Whisky Live* (*Paris, Lyon, Marseille, Strasbourg, Bordeaux, Singapour*) pendant de nombreuses années. Il compte une vingtaine d'éditions à son actif, dont la moitié en tant qu'organisateur. Sa grande expérience et son expertise pointue dans l'organisation et la logistique de salons de dégustation sont les garants du succès de Paris Cocktail Festival. Journaliste spécialisé reconnu et auteur à succès (*Le Whisky pour les Nuls*), il connaît évidemment très bien les médias mais aussi le marché et les acteurs du monde du cocktail.

## FERNANDO CASTELLON

Après avoir été formé à Londres, en plein renouveau du Cocktail au milieu des années 1990, il a exercé dans différents établissements avant de rejoindre le groupe LVMH en tant que « Global Brand Ambassador ». Trilingue en français, anglais et espagnol, il a fait le tour du monde en visitant plus de 40 pays et à ensuite accompagné l'évolution du Cocktail en France avec de nombreuses actions de fond comme la réimpression de livres anciens ; en tant qu'auteur unique d'ouvrages de référence (*Larousse des Cocktails*, *Grand Livre du Bar et des Cocktails*, *Cocktail Party*) ; créateur d'un concours de l'excellence : les Trophées du Bar (16<sup>e</sup> édition à venir). Passionné par les produits authentiques et l'histoire du cocktail et des marques, il continue à approfondir et transmettre ses connaissances. Il est reconnu comme l'un des experts internationaux tant sur le plan de l'histoire du cocktail et des spiritueux, que sur la vision du métier.





PARIS COCKTAIL FESTIVAL est un évènement organisé par AMUSE-BOUCHE EVENT  
29-31 RUE DES TERRES AU CURÉ – 75013 PARIS

#### VOS CONTACTS

—

Franck Poncelet – Tel. 01 44 23 10 60 - 06 63 82 54 72 - [franck@ab-event.fr](mailto:franck@ab-event.fr)

Philippe Jugé – Tel. 01 44 23 10 61 - 06 81 82 49 49 - [philippe@ab-event.fr](mailto:philippe@ab-event.fr)

Stéphane Aymé – Tel. 01 44 23 10 64 – 06 27 66 00 25 – [stephane@ab-event.fr](mailto:stephane@ab-event.fr)

Laura Ferron – Tel. 01 44 23 10 62 - [laura@ab-event.fr](mailto:laura@ab-event.fr)

[WWW.PARIS-COCKTAIL-FESTIVAL.COM](http://WWW.PARIS-COCKTAIL-FESTIVAL.COM)

