

AMUSE-BOUCHE PRÉSENTE

LE SALON DES SPIRITUEUX FRANÇAIS



France

QUINTESSSENCE

9^{ÈME} ÉDITION

ANISÉ • ARMAGNAC • CALVADOS • COGNAC • GIN
LIQUEUR • RHUM • VODKA • WHISKY

10 & 11 ^{JOURNÉE} PRO SEPTEMBRE 2023

LA SALLE WAGRAM

39-41 AVENUE DE WAGRAM - PARIS 17^e

DOSSIER DE PRESSE

LA TENDANCE, C'EST LA FRANCE

La France produit certains des meilleurs spiritueux depuis longtemps : l'armagnac, le calvados, le cognac, l'eau-de-vie de fruit, les liqueurs et le rhum. Plus récemment, on peut également ajouter l'anisé, le gin, la vodka et le whisky. En fait, nos produits sont plébiscités dans le monde entier et notre savoir-faire suscite l'envie. Les liqueurs et spiritueux français ont regagné la reconnaissance qu'ils méritent, même dans leur propre pays, grâce à une nouvelle génération de consommateurs, de professionnels et de médias. C'est une excellente nouvelle.

Le salon **FRANCE QUINTESSANCE** a joué un rôle essentiel dans les succès des spiritueux et liqueurs français au fil de ses huit éditions. Afin de faire face à un marché de plus en plus concurrentiel, il est impératif de continuer à déployer tous nos efforts, car cela concerne l'ensemble de la profession. Il est primordial de démontrer à tous que notre secteur se porte bien, malgré les défis qui se présentent.

LES SPIRITUEUX FRANÇAIS REPRÉSENTENT :

- UN MARCHÉ DOMESTIQUE DE 250 MILLIONS DE BOUTEILLES (POUR 900 MILLIONS PRODUITES)
- 900 DISTILLERIES ET PLUS DE 2 000 ALAMBICS EN ACTIVITÉ.
- 100 000 EMPLOIS DIRECTS ET INDIRECTS.
- 2 MILLIONS DE VISITEURS PAR AN DANS LES DISTILLERIES OUVERTES AU PUBLIC.
- CA EXPORT : 5,4 MILLIARDS D'EUROS POUR 680 MILLIONS DE BOUTEILLES.

QU'EST-CE QU'UN SALON DE DÉGUSTATION ?	3
#FRANCEQUINTESSANCE	4
QUI SONT VOS VISITEURS ? / LES MÉDIAS	4 / 5
LA SALLE WAGRAM	6 / 7
LES ORGANISATEURS	8

QU'EST-CE QU'UN SALON DE DÉGUSTATION ?

UN SALON SERT À RÉUNIR UNE PROFESSION. Un salon est aussi une démonstration de force de tout un secteur. Il permet de montrer que l'ensemble de ses acteurs sont unis : producteurs, partenaires, revendeurs, clients, médias spécialisés, distributeurs, salariés, patrons, etc. L'image qu'il renvoie est primordiale. Elle doit être la plus qualitative possible pour que rayonnent encore longtemps les spiritueux français.

À **FRANCE QUINTESSENCE, ON FAIT GOÛTER SON SAVOIR-FAIRE**, on enivre d'arômes, on parle de ses produits. On échange avec le grand public, venu à la rencontre des hommes et femmes qui font les spiritueux ; et on échange avec les acheteurs/revendeurs à la recherche du meilleur rapport qualité/prix.

En plus d'être un outil commercial, **UN SALON DE DÉGUSTATION EST AUSSI UN OUTIL MARKETING.** On s'y montre, et sous sa plus belle image ; on apparaît à côté d'autres acteurs similaires, pour montrer qu'on fait bien partie du paysage. Mieux vaut y être, pour ne pas laisser aux autres prendre sa place.

ON SE SERT DU SALON POUR COMMUNIQUER : la marque s'affiche sur les supports de communication, et l'on donne rendez-vous en un point central à ses clients et prospects de France et de l'étranger.



FRANCE QUINTESSENCE 2023

DATES : LES 10 & 11 SEPTEMBRE 2023

LIEU : SALLE WAGRAM – 39-41 AVENUE DE WAGRAM – PARIS 17^e

HORAIRES : GRAND PUBLIC : DIMANCHE 11 SEPTEMBRE DE 12H30 À 18H30
PROFESSIONNELS : LUNDI 12 SEPTEMBRE DE 11H À 18H (SUR INVITATION EXCLUSIVEMENT)

PRIX : À PARTIR DE 15 € LA JOURNÉE, 10 € LA DEMI-JOURNÉE

BILLETTERIE : WWW.FRANCE-QUINTESSENCE.FR

#FRANCEQUINTESSANCE

#RENCONTRER #DÉGUSTER #VALORISER #DÉCOUVRIR #PARTAGER #PLAISIR #EXPOSER
#SALON #ANISÉ #COGNAC #ARMAGNAC #CALVADOS #LIQUEURS #WHISKY #GIN #VODKA
#ECHANGER #IMAGE #SPIRITUEUX #FRANÇAIS #PARIS #INTERNATIONAL #CAVISTES
#CHR #BARS #RESTAURANTS #DÉTAILLANTS #DIMANCHE #LUNDI #SEPTEMBRE #2023
#LASALLEWAGRAM #DISTILLERIES #ARTISANAL #FAMILIAL #NOUVEAUTÉS #CLASSIQUES
#ABSINTHE #FRANCE #ALAMBIC #MÉDIA #CUIVRE #CUVE #ALCOOLS #DISTILLATION
#COCKTAILS #ARTISANAT #TERROIR #TRADITION #QUALITÉ #EXCELLENCE #SAVEURS
#SAVOIRFAIRE #AUTHENTICITÉ #RAFFINEMENT #ÉLÉGANCE #ARÔMES #GASTRONOMIE
#INNOVATION #ÉPICES #FRUITS #HERBES #BARRELAGED #CÉPAGES #VIEILLISSEMENT
#HARMONIE #MIXOLOGIE #BOUTEILLES #COLLECTION #ÉDITIONLIMITÉE #PREMIUM
#PRESTIGE #APÉRITIF #VENTE #MARKETING #DIGESTIF #FESTIVITÉS #ÉVÈNEMENT
#HÉRITAGE #CUVÉE #DISTILLATEUR #RHUM #FRENCHSPIRITS

QUI SONT VOS VISITEURS ?

UN SALON SE PRÉPARE À L'AVANCE POUR L'EXPOSANT. LES ORGANISATEURS METTENT TOUT EN ŒUVRE POUR DONNER LE PLUS DE VISIBILITÉ POSSIBLE À L'ÉVÈNEMENT. LES EXPOSANTS SE DOIVENT DE FAIRE LE MAXIMUM POUR INVITER LEURS PROSPECTS, CLIENTS, PARTENAIRES ET MÉDIAS.

DIMANCHE 10 SEPTEMBRE 2023 – JOURNÉE POUR LE GRAND PUBLIC – DE 12H30 À 18H30

L'amateur de spiritueux français est une personne passionnée et éclairée par l'univers des boissons alcoolisées de qualité provenant de France. C'est un connaisseur attentif, curieux et avide de découvertes gustatives. L'amateur de spiritueux français apprécie la diversité des produits, des saveurs et des techniques de production propres à chaque région et à chaque distillerie. Il est capable de reconnaître et d'apprécier les subtilités des différents spiritueux français tels que le cognac, l'armagnac, le calvados, le rhum, le gin, la vodka et le whisky.

Cet amateur est souvent en quête d'expériences sensorielles uniques et se plaît à déguster ces spiritueux dans des moments privilégiés de dégustation, en prenant le temps d'explorer les arômes, les textures et les nuances qui les composent. Il est à l'affût des nouvelles tendances, des éditions limitées et des créations innovantes dans le monde des spiritueux français.

L'amateur de spiritueux français est également animé par le désir de comprendre l'histoire, la tradition et le terroir qui entourent chaque bouteille. Il aime partager ses connaissances et ses expériences avec d'autres passionnés, échanger des conseils, des recommandations et des anecdotes. C'est une personne respectueuse de l'art de la distillation et des producteurs qui œuvrent avec passion pour créer des spiritueux de grande qualité.

EN SOMME, L'AMATEUR DE SPIRITUEUX FRANÇAIS INCARNE UN VÉRITABLE AMOUR POUR LES PRODUITS D'EXCEPTION, EN VALORISANT L'ARTISANAT, L'AUTHENTICITÉ ET L'EXCELLENCE DES SPIRITUEUX FRANÇAIS.

DOSSIER DE PRESSE



LUNDI 11 SEPTEMBRE 2023 – JOURNÉE POUR LES PROFESSIONNELS – DE 11H À 18H

La demande de produits de qualité, porteurs de sens et de valeur, concerne tous les circuits de distribution, de la grande distribution aux cavistes spécialisés en passant par les bars et les restaurants.

FRANCE QUINTESSENCE s'efforce de réunir en un seul lieu tous les acteurs des réseaux sélectifs et prescripteurs : les acheteurs grands comptes, ceux du segment prestige ou des réseaux chainés, ainsi que les cavistes indépendants et les établissements de la restauration moyenne et haut de gamme. Ils sont tous à la recherche d'une offre plus raffinée et différenciée de leurs concurrents.

Le dénominateur commun des cavistes spécialisés, des bars et des restaurateurs qui revendent des spiritueux français est leur intérêt commun pour l'offre de spiritueux de qualité et leur volonté de proposer une expérience gustative unique à leurs clients. Ils partagent une passion pour les spiritueux français et cherchent à offrir une sélection variée et soigneusement choisie à leurs consommateurs.

Leur objectif est de faire découvrir et apprécier la diversité des spiritueux français, en mettant en avant l'artisanat, l'authenticité et la richesse des saveurs. Ils jouent un rôle clé dans la promotion et la diffusion des spiritueux français, en offrant des recommandations, des conseils de dégustation et en créant des moments privilégiés pour apprécier ces produits d'exception.

ILS NE POURRONT RELAYER QUE CE QUE VOUS LEUR APPRENDREZ !

LES MÉDIAS

FRANCE QUINTESSENCE offre une opportunité unique à tous les médias. Les journalistes spécialisés y trouveront des informations précieuses sur les prochaines nouveautés, pourront rafraîchir leurs connaissances ou établir de nouveaux contacts.

La presse dédiée à l'art de vivre, aux tendances ou à la gastronomie sera agréablement surprise par la profondeur et la richesse de l'univers des spiritueux : les personnalités qui l'animent, son histoire fascinante, celle des marques et des distilleries, ainsi que ses techniques et modes de consommation.

Même les médias plus généralistes, qu'ils soient axés sur l'information ou l'économie, trouveront matière à des sujets approfondis sur un secteur d'activité à la fois porteur et dynamique, bien loin des clichés traditionnellement véhiculés. **FRANCE QUINTESSENCE** offre une véritable fenêtre sur un monde captivant à explorer et à partager avec les lecteurs.

N'HÉSITÉZ PAS À LES INVITER VISITER VOTRE LIEU DE PRODUCTION APRÈS LE SALON. ILS SERONT VOS PRESCRIPTEURS !



LA SALLE WAGRAM

Elle est située entre l'avenue de Wagram et la rue de Montenotte, dans le 17^e arrondissement. On dit que c'est la plus ancienne salle des fêtes de Paris. Elle doit son origine à un certain Dourlans, vétéran de la garde impériale de Napoléon, qui fait l'acquisition de terrains hors de l'enceinte des fermiers généraux, où les vins de Suresnes ne sont pas soumis à l'octroi. Après Waterloo, il y ouvre le Bal Dourlans, une guinguette où l'on vient pour boire et danser. Des tonnelles abritent les convives en été, une première salle est construite pour ouvrir aussi l'hiver. Le succès est au rendez-vous et celui qu'on appelle désormais le bal Wagram fait le plein tous les week-ends.

En 1862, Il est fait appel à l'architecte Adrien Fleuret (il a signé le théâtre Marigny) pour dessiner et bâtir un nouveau bâtiment. C'est lui qui a l'idée de ces deux salles superposées, l'une au niveau de l'avenue de Wagram, l'autre de plein pied rue de Montenotte. On lui doit aussi la voute magistrale du salon Wagram, un ensemble de peintures, balustres et colonnades qui étincelle sous des lustres en cristal de Bohême. Ce plafond est classé monument historique en 1981.

La **SALLE WAGRAM** traverse le XX^e siècle avec faste et modernité. En raison de son emplacement privilégié, c'est le lieu de tous les rendez-vous : on y organise le premier salon automobile, Marcel Cerdan y dispute son premier combat, toutes les plus grandes marques de haute couture y défilent, Sydney Bechet y donne son dernier concert, les formations politiques y tiennent meeting, Marias Callas y enregistre plusieurs classiques, Lino Ventura organise des combats de catch, Claude François, Serge Gainsbourg y donnent des récitals restés fameux. La **SALLE WAGRAM** sert aussi de décor aux films *Un Homme & Une Femme*, *Un Dernier Tango à Paris*, *Talons Aiguilles* ou *Tendre Poulet*.

Pendant longtemps, on accédait à la **SALLE WAGRAM** par un couloir-tunnel de plus de cent mètres de long qui passait sous le Théâtre de l'Empire. Car le succès du Bal Wagram avait entraîné la construction d'une grande salle de spectacles, sur la même parcelle mais donnant directement sur l'avenue de Wagram. Haut-lieu parisien du music-hall, le Théâtre de l'Empire accueille les opérettes de Luis Mariano, les ballets de Roland Petit ou les tours de chant de Maurice Chevalier. En 1962, Le Théâtre de l'Empire devient aussi cinéma avec un écran géant de 300m². La salle est rachetée en 1975 par la Société Française de Production et elle devient alors célèbre pour ses émissions de télé : on y tourne le premier tirage du loto en 1976, Jacques Martin anime Dimanche Martin et sa célèbre École des Fans, Pierre Tchernia présente Mardi Cinéma et on y tourne aussi Le Cercle de Minuit, L'Académie des 9 ou la cérémonie des César. Le Théâtre de l'Empire est détruit par une explosion accidentelle et un incendie en 2005. Il est alors démoli. C'est aujourd'hui un hôtel 5 étoiles, dessiné par l'architecte Christian de Portzampac, qui a pris place au 39-41 avenue de Wagram.

Il n'y a donc plus de long couloir-tunnel pour accéder à la **SALLE WAGRAM**, désormais placée au cœur d'un écrin de lumière et de verdure, au cœur du Paris prestige.

DOSSIER DE PRESSE

France QUINTESSENCE 9^{ÈME} ÉDITION



DÉTAILS PRATIQUES :

SALLE WAGRAM

39-41 AVENUE WAGRAM
75017 PARIS

MÉTROS PROCHES DE LA SALLE WAGRAM

LIGNES 2 (TERNES)
LIGNE 6 (CHARLES DE GAULLE-ÉTOILE)
RER A (CHARLES DE GAULLE-ÉTOILE)

BUS PROCHES DE LA SALLE WAGRAM

LIGNES N°30, 31 ET 43 (ARRÊT TERNES)
LIGNES N°22, 52, 73, 92 ET 341 (ARRÊT CHARLES DE GAULLE-ÉTOILE)

LES ORGANISATEURS



FRANCK PONCELET ET PHILIPPE JUGÉ – PHOTO : BENJAMIN BRETTE

La société **AMUSE-BOUCHE** a été créée par Philippe Jugé et Franck Poncelet, deux professionnels de la communication, de l'édition et de l'événementiel, acteurs reconnus depuis de nombreuses années dans le monde de la bière, du cocktail et des spiritueux.

Amuse-Bouche a lancé **Planète Bière** et **France Quintessence** en 2015. Elle a racheté le salon **Paris Cocktail Festival** en 2016. La qualité de l'organisation et le contenu - valeurs fondamentales des salons - sont unanimement reconnus par les exposants et le public.

En 2022, Amuse-Bouche a renforcé son équipe avec le recrutement de Ludovic Gazikian en tant chef de projet événementiel et Ilona Baillia, assistante chef de projet événementiel.

PLANÈTE BIÈRE

Événement incontournable pour la filière brassicole, **Planète Bière** est LE rendez-vous français annuel, rassemblant plus de 100 brasseries. Les visiteurs peuvent ainsi déguster les nouveaux brassins et nouveautés du moment, profiter des animations autour de food pairings et perfectionner leurs connaissances avec les conférences.

www.planete-biere.com

LIQUID PASSION

Version augmentée du Paris Cocktail Festival, **Liquid Passion** est un événement dédié aux distributeurs pour leur portefeuilles de marques de spiritueux et de bières, incluant un nouvel univers réservé aux jeunes pousses du secteur liquide : boissons fermentées, prêts à boire, sans-alcool, etc. Cet univers **Drink Mania** est désormais présent sur chacun des salons organisés par Amuse-Bouche.

www.liquid-passion.fr

BRADIS (BRASSER DISTILLER SOLUTIONS)

En 2022, Amuse-Bouche a inauguré la 1^{ère} édition de **Brasser Distiller Solutions**, un salon de l'équipement, du matériel, de la formation dédié aux professionnels brasseurs, distillateurs et aux marques de bières et spiritueux.

www.bradis.fr

AMUSE-BOUCHE

Amuse-Bouche met aussi son expertise au service des marques et des sociétés à la recherche d'un prestataire événementiel maîtrisant l'ensemble des besoins, qu'ils soient logistiques, marketing ou RP.

www.ab-event.fr

FRANCK PONCELET

Depuis 2006, Franck Poncelet édite le magazine **Barmag**, 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. Son 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.

En 2021, Franck Poncelet a lancé **Caveman**, un trimestriel destiné au réseau prestige et aux marques qui veulent se positionner auprès des cavistes (indépendants et chaînés) et des épiceries fines.

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. Sa grande expérience et son expertise pointue dans l'organisation et la logistique de salons de dégustation sont les garants du succès de **France Quintessence**. 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 des spiritueux.

France

QUINTESSENCE

9ÈME ÉDITION

Quintessence (n.f.) :

- 1) substance éthérée et subtile tirée du corps qui la renfermait et dégagée des quatre éléments plus épais.
- 2) ce qu'il y a de principal, de meilleur, d'essentiel dans quelque chose.
(Petit Larousse)

Lorsqu'un érudit italien – magister Salernus – découvre et décrit la distillation alcoolique vers 1130 du côté de Salerne en Italie, il est surpris par les caractéristiques de la matière recueillie : *«Mélanger un vin pur et fort avec trois mesures de sel. Chauffer dans un récipient prévu à cet effet et vous obtiendrez une eau inflammable qui brûle sans abîmer le pot qui la contient.»* (extrait de *Mappae Clavicula*, vers 1130).

Les noms donnés à ce premier spiritueux sont *aqua ardens*, (littéralement « l'eau qui brûle ») et *quint essencia*, c'est à dire « le cinquième élément ». Pour le moine franciscain Jean de Roquetaille (1310 – 1366) *« cet esprit tangible de la matière est le cinquième élément de la création au côté de l'eau, la terre, le feu et l'air. C'est un produit miracle capable de préserver le corps humain de la corruption, de le guérir de la paralysie et de la peste. »* C'est justement l'arrivée de la peste noire en Europe en 1346 qui transforme les premiers spiritueux en remèdes potentiels. *Aqua ardens* ou *quint essencia* deviennent alors *aqua vitae* et l'on prend l'habitude de trinquer en disant « santé » pour conjurer le mauvais sort.

WWW.FRANCE-QUINTESSENCE.FR



#FRANCEQUINTESSENCE

SARL AMUSE-BOUCHE / FRANCE QUINTESSENCE

29/31 RUE DES TERRES AU CURÉ - 75013 PARIS

FRANCK PONCELET : 01 44 23 10 60 / 06 63 82 54 72 – franck@ab-event.fr • PHILIPPE JUGÉ : 01 44 23 10 61 / 06 81 82 49 49 – philippe@ab-event.fr