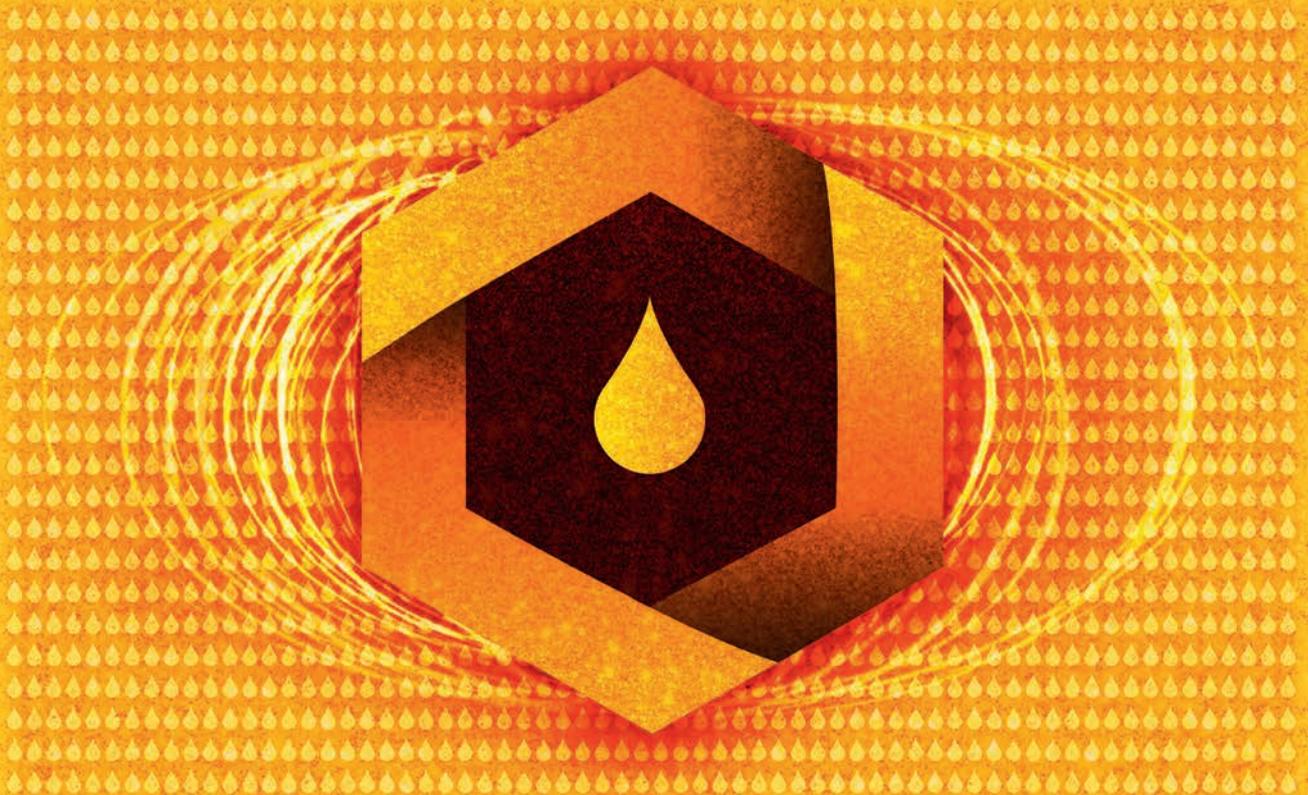


NOUVELLES DATES • NOUVEAU LIEU
2 JOURNÉES PROFESSIONNELLES

LE SALON DES SPIRITUEUX FRANÇAIS



— *France* —
QUINTESSSENCE
— 6^{ÈME} ÉDITION —

**LUNDI 19 • MARDI 20
OCTOBRE 2020**

PARIS EVENT CENTER – HALL B

DOSSIER DE PRESSE

AVERTISSEMENT

Chaque année, la société Amuse-Bouche organise trois salons de dégustation.

- **PLANÈTE BIÈRE** qui accueille les bières et brasseries de tous pays
- **FRANCE QUINTESSANCE**, exclusivement réservé aux liqueurs et spiritueux français
- **PARIS COCKTAIL FESTIVAL**, ouvert à toutes les boissons conviviales qui composent la grande famille du cocktail

À situation exceptionnelle, dispositif exceptionnel :

**FRANCE QUINTESSANCE se tiendra les mêmes jours et au même endroit que
PLANÈTE BIÈRE et PARIS COCKTAIL FESTIVAL**

le temps de

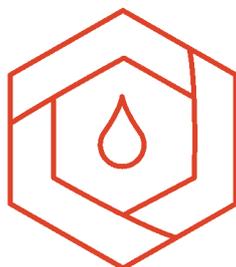
DEUX journées

exclusivement réservées aux professionnels

les LUNDI 19 et MARDI 20 OCTOBRE

au Paris Event Center, Paris 19^e

LE PITCH	3
LE CONTEXTE	4
NOS OBJECTIFS	5
LE VISITORAT.....	5
LE LIEU	6
LE CONTRAT DU SALON	7
POURQUOI EXPOSER À FRANCE QUINTESSANCE ?	8
LA COMMUNICATION	9
LES ORGANISATEURS.....	10
LES RETOMBÉES PRESSE DE L'ÉDITION 2019	11



LE PITCH

La France produit quelques-uns des meilleurs spiritueux : armagnac, calvados, cognac, eau-de-vie de fruit, liqueur ou rhum depuis longtemps, anisé, gin, vodka et whisky plus récemment. D'ailleurs, le monde entier plébiscite nos produits et nous envie notre savoir-faire. Les liqueurs et spiritueux de France sont en train de regagner la reconnaissance qu'ils méritent dans leur propre pays, auprès d'une nouvelle génération de consommateurs, des professionnels ou des médias. Et c'est tant mieux.

Le salon **FRANCE QUINTESSANCE** est devenu la caisse de résonance des liqueurs et spiritueux de France. Il ne faut pas relâcher nos efforts et c'est l'affaire de tous. Remettons les liqueurs et spiritueux de France à leur juste place : la première dans le cœur des amateurs, la meilleure chez les plus belles adresses (détaillants, cafés, hôtels ou restaurants) et à l'affiche de tous les médias.

FRANCE QUINTESSANCE se présente comme un salon de dégustation, la seule formule qui permet :

- **De GOÛTER** le plus bel échantillon des liqueurs et spiritueux produits sur le territoire français : grandes marques ou petits producteurs, classiques de prestige ou eaux-de-vie de terroir, spécialités. Sans oublier les dernières nouveautés.
- **FRANCE QUINTESSANCE, le salon de la dégustation et de la (re)découverte.**
- **De RENCONTRER** les producteurs de tous horizons (distillateurs, assembleurs, embouteilleurs ou négociants), les professionnels du commerce de la catégorie liqueurs et spiritueux, ses personnalités (experts, spécialistes, journalistes) les plus en vue ou tout simplement les amateurs, qu'ils soient novices, réguliers ou avertis.
- **FRANCE QUINTESSANCE, un lieu d'échanges.**
- **De VALORISER** le travail des producteurs et des marques, en (re)plaçant les liqueurs et spiritueux de France au centre de l'attention et à leur juste place, au même niveau que nos grands vins et devant les spiritueux étrangers, en optimisant les conditions de dégustation.
- **FRANCE QUINTESSANCE, un vecteur d'image.**
- **De DÉCOUVRIR** de nouveaux modes de consommation par des expériences gustatives qui associent liqueurs ou spiritueux et mets, en s'initiant à l'art du cocktail ou par des approches innovantes de dégustation.
- **FRANCE QUINTESSANCE, le creuset de l'expérimentation.**
- **De PARTAGER** un bon moment autour d'un spiritueux *made in France* dans une ambiance conviviale entre professionnels.
- **FRANCE QUINTESSANCE un moment de plaisir.**

FRANCE QUINTESSANCE 2020

ÉDITION EXCLUSIVEMENT RÉSERVÉE AUX PROFESSIONNELS

DATES : LES LUNDI 19 ET MARDI 20 OCTOBRE

LIEU : PARIS EVENT CENTER - HALL B
20 AVENUE DE LA PORTE DE LA VILLETTE - 75019 PARIS

HORAIRES : 10H-18H

PRIX : GRATUIT (UNIQUEMENT SUR INVITATION)

BILLETTERIE : WWW.FRANCE-QUINTESSANCE.FR

LE CONTEXTE

LE CONTEXTE EST AUJOURD'HUI TRÈS FAVORABLE POUR LES LIQUEURS ET SPIRITUEUX DE FRANCE. LE MONDE D'AVANT A FAIT LA RÉPUTATION DES SPIRITUEUX FRANÇAIS. LA GÉNÉRATION DU MONDE D'APRÈS EST EN TRAIN DE S'EN EMPARER.

Toutes les catégories de spiritueux profitent de cet engouement : le RHUM grâce à la qualité des productions ultramarines (Antilles, Réunion ou Polynésie) mais aussi à l'émergence d'une production métropolitaine. Le WHISKY tiré par les acteurs historiques dont les stocks arrivent à maturité (en quantité et en qualité) et des petits nouveaux qui rivalisent d'imagination et d'innovation en termes de production ou de technique. Le nombre de marques de GIN explose en attendant que le marché suive, ce qui ne saurait tarder avec l'offre grandissante de tonics de qualité (et le réchauffement climatique). La VODKA poursuit son retour en grâce avec une offre plus premium et la valorisation des ingrédients (certifiés bios, issus d'un terroir) et des savoir-faire (distillations multiples, réduction lente). Les spiritueux bruns – ARMAGNAC, CALVADOS, COGNAC – suscitent un nouvel intérêt, portés par le cocktail dont la France est l'un des pays fers de lance et une nouvelle génération de producteurs rompue à la communication et au marketing. Même les LIQUEURS et SPÉCIALITÉS tirent aujourd'hui leur épingle du jeu : plus modernes, moins sucrées, elles s'offrent une nouvelle jeunesse grâce au savoir-faire légendaire de nos liquoristes et cette capacité à renouveler ses recettes, ses goûts.

L'OFFRE PRODUIT N'A JAMAIS ÉTÉ AUSSI RICHE ET D'UNE TELLE QUALITÉ. Le monde entier s'arrache les spiritueux et liqueurs made in France. La France a enregistré un nouveau record de ses exportations (+8,8%) soit 4,8 milliards d'euros pour 700 millions de bouteilles. La consommation nationale ne s'est jamais aussi bien portée car tous les indicateurs sont au vert :

LA COVID 19 VA RENFORCER ET ACCÉLÉRER LA TENDANCE LOCAVORE ET LE SUCCÈS DU MADE IN FRANCE. L'histoire va dans le sens d'une consommation plus responsable. La France compte plus de 2 000 distilleries en activité, réparties sur l'ensemble du territoire. On compte ainsi une cinquantaine de catégories de spiritueux dont plus de la moitié bénéficie d'une Appellation d'Origine Contrôlée ouest encadrée par une Indication Géographique Protégée. Nos régions ont du talent.

LES JEUNES – FILLES OU GARÇONS – REDÉCOUVRENT LES SPIRITUEUX. La génération des Millenials a désormais 18 ans. Elle passe du vin à la bière, des cocktails aux spiritueux. Cette génération décomplexée veut vivre de nouvelles expériences gustatives. Elle boit moins mais encore et toujours mieux.

LE MADE IN FRANCE EST TENDANCE. Cavistes, bars branchés, consommateurs, médias, tous plébiscitent les produits français. Sautons sur l'occasion. La nouvelle génération réclame plus de traçabilité et d'éco-responsabilité. Elle fait attention à l'origine des produits et à leur empreinte carbone sur l'environnement.

LA FRANCE, LEADER EUROPÉEN DES SPIRITUEUX. Avec la sortie programmée du Royaume-Uni de la CEE, la France va devenir de facto le premier producteur européen de spiritueux. Et l'accès au marché européen n'est pas garanti aux Anglo-Saxons. Profitons-en.

VOUS N'AVEZ JAMAIS ÉTÉ AUSSI PRÊTS. Toutes les planètes sont alignées. Vous avez des spiritueux uniques et vous en savez en parler. À vous de jouer.

C'est dans ce contexte favorable et avec cet état d'esprit fédérateur que s'inscrit France Quintessence. Offrons aux spiritueux de France la caisse de résonance qu'ils méritent.

LES SPIRITUEUX FRANÇAIS REPRÉSENTENT :

- UN MARCHÉ DOMESTIQUE DE 250 MILLIONS DE BOUTEILLES (POUR 850 MILLIONS PRODUITES, SOIT 30%).
- 2 000 DISTILLERIES ET PLUS DE 6 000 ALAMBICS EN ACTIVITÉ.
- 100 000 EMPLOIS DIRECTS ET INDIRECTS.
- 1 MILLION DE VISITEURS PAR AN DANS LES DISTILLERIES OUVERTES AU PUBLIC.
- CA EXPORT : 4,8 MILLIARDS D'EUROS (+8,8%) POUR 700 MILLIONS DE BOUTEILLES.

NOS OBJECTIFS

NOS OBJECTIFS POUR CETTE ANNÉE PARTICULIÈRE RESTENT AMBITIEUX :

- **CRÉER L'ÉVÉNEMENT** en réunissant nos trois salons, tout en respectant bien chaque univers (spiritueux français, cocktail, bière). Nous allons aussi créer un 4^e univers avec toutes ces nouvelles boissons conviviales : nolo drinks (no-low alcohol), kéfir, kombucha, CBD, hard seltzer, cidre/cider.
- **DONNER UNE DIMENSION PLUS INTERNATIONALE** à cet événement. En l'absence des salons majeurs européens (Prowein, Imbibe, Bar Convent, etc), nous pensons avoir un coup à jouer. Nous le faisons déjà pour Planète Bière, nous allons étendre à France Quintessence et au Paris Cocktail Festival. Nous avons mandaté notre agence RP Born To Be Wine pour activer cette dimension. Tous nos communiqués seront donc diffusés dans les principaux pays européens en différentes langues.
- **SE CONCENTRER SUR LES PROFESSIONNELS ET LES JOURNALISTES.** Nous souhaitons accueillir visiteurs et exposants dans les meilleures conditions, avec un minimum de risques, et accompagner la reprise du business. Sur deux journées pros, il nous sera également possible d'échelonner le visitorat et de mieux gérer les flux. Les professionnels ont aujourd'hui l'habitude de faire respecter les mesures sanitaires, il sera plus simple de faire passer les bons messages et les bons gestes qu'à un visitorat grand public.

LE VISITORAT

EN RAISON DE LA COVID 19, FRANCE QUINTESSENCE NE SERA OUVERT QU'AUX PROFESSIONNELS REVENDEURS DES BOISSONS CONVIVIALES ET AUX MÉDIAS. NOUS SOUHAITONS AINSI DÉLIVRER LA MEILLEURE EXPÉRIENCE SALON TOUT EN PROTÉGEANT LES EXPOSANTS ET LES VISITEURS. EN PROPOSANT 2 JOURNÉES PROS, IL SERA POSSIBLE D'ÉCHELONNER LE VISITORAT, AFIN DE RESPECTER AU MIEUX LES RÈGLES DE DISTANCIATION SOCIALE.

FRANCE QUINTESSENCE cible 2 populations de visiteurs sur deux jours distincts : **les professionnels et les médias** :

• LES PROFESSIONNELS

Tous les circuits de distribution sont concernés par cette demande pour les produits de qualité, porteurs de sens et de valeur, de la grande distribution au caviste spécialisé en passant par les bars et les restaurants. **FRANCE QUINTESSENCE** 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, en quête d'une offre un peu plus haut de gamme ou différenciée de ses concurrents.

Face à cette situation inédite que nous avons traversé, il faut une relance économique et médiatique. Cela passe par redonner de la confiance, proposer des nouveautés, adapter son offre à la demande.

Deux journées consacrées aux professionnels, cela vous permettra de concentrer vos efforts et vos investissements sur les relations commerciales avec vos clients et prospects, grâce à un visitorat qualitatif exclusivement BtoB.

– **Le visiteur professionnel de FRANCE QUINTESSENCE est le relais des marques.**

• LES JOURNALISTES

FRANCE QUINTESSENCE 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 des spiritueux : 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.

– **Le visiteur média de FRANCE QUINTESSENCE est le porte-parole de votre démarche.**

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 m² d'exploitation répartis entre deux halls (dont le Hall B de 8 000 m²) et 20 000 m² 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).

– **Le Paris Event Center, pratique et accessible.**



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 GAULLES : 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

LE CONTRAT DU SALON

FRANCE QUINTESENCE ne ressemblera pas à un bar géant ou à une exposition professionnelle classique. Il s'agit d'un salon de dégustation. Pour cela, **FRANCE QUINTESENCE** souhaite proposer une vraie mise en scène, offrir les meilleures conditions de dégustation, transmettre les bons gestes et rendre responsable.

• UNE VRAIE MISE EN SCÈNE

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, **FRANCE QUINTESENCE** fournit le stand clef en main et l'intégralité de la signalétique. Ce qui signifie que tous les exposants seront logés à la même enseigne. Aucun élément de signalétique extérieur au salon ne sera accepté.

– **FRANCE QUINTESENCE**, se montrer sous son meilleur jour.

• LES MEILLEURES CONDITIONS

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 000m² du Paris Event Center. Tous les protocoles sanitaires seront appliqués à la lettre.

– **FRANCE QUINTESENCE**, offrir une expérience unique.

• LES BONS GESTES

Chaque stand, dégustation ou animation, sera équipé de crachoirs. Il n'est pas nécessaire d'avaler une trop grande quantité à chaque dégustation pour apprécier pleinement les caractéristiques d'un spiritueux. De l'eau – bouteilles sur les stands, fontaines dans chacun des espaces – sera également disponible en quantité. L'exercice impose de boire beaucoup d'eau entre chaque dégustation.

– **FRANCE QUINTESENCE**, transmettre l'art de la dégustation.

• LA RESPONSABILITÉ DE CHACUN

FRANCE QUINTESENCE invite chaque exposant à ne pas proposer à la dégustation plus de cinq références. Cela ne sert à rien de vouloir à tout prix montrer la profondeur de sa gamme. Mieux vaut marquer le coup avec deux produits phare que dix perdus dans la masse. Ce qui n'empêche pas de pouvoir changer son offre d'un jour à l'autre. **FRANCE QUINTESENCE** invite aussi les exposants à servir un centilitre maximum de chaque spiritueux. Cela suffit largement pour apprécier n'importe quel spiritueux à sa juste valeur.

– **FRANCE QUINTESENCE**, prendre ses responsabilités.

– Les univers des trois salons seront respectés avec des zones dédiées et séparées.



POURQUOI EXPOSER À FRANCE QUINTESSENCE ?

• EXPLOITER LE POTENTIEL DU MARCHÉ FRANÇAIS

Le marché des spiritueux de France a une chance unique à saisir. Le *made in France* a la côte et la tendance locavore – manger local, boire local – dirige les consommateurs vers les produits les plus qualitatifs de nos régions. Le poids lourd whisky écossais a peut-être atteint ses limites : les prix flambent, le compte d'âge diminue ou disparaît, les premiers contingentements apparaissent. Autant de facteurs qui peuvent pousser les prescripteurs – professionnels ou particuliers – à se tourner vers des nouveaux spiritueux. Ne laissons pas les rhums traditionnels étrangers prendre – toute – la place disponible.

• REPRENDRE LA PAROLE

L'apparition de la loi Évin a poussé la plupart des marques ou distilleries à s'autocensurer ou à n'en faire que le minimum. Le succès des grandes marques internationales de whisky a accentué le phénomène : la parole est monopolisée par les Anglo-Saxons. La génération actuelle de consommateurs potentiels ou les relais d'opinion ne connaît donc plus les spiritueux de France : ses différentes catégories, leurs histoires, les modes de production ou d'élaboration, ses personnalités, son incroyable richesse et son potentiel plaisir. Il est temps de reprendre la parole mais pas n'importe comment, ni n'importe où : dans le cadre d'un événement qui sert de caisse de résonance dans un contexte valorisant.

• RECRUTER DES CLIENTS PROFESSIONNELS

Face à la diversité de l'offre actuelle des spiritueux, recruter de nouveaux clients ou fidéliser les existants demande énergie et inventivité. Qu'il soit particulier ou professionnel. À tel point que son coût d'acquisition ou de fidélisation est même de plus en plus souvent l'un des secrets les mieux gardés des entreprises. Soit parce qu'elles ne le savent pas exactement, soit parce qu'il est très élevé. Exposer sur un salon, c'est rencontrer les prospects et ses clients professionnels dans un contexte convivial, en dehors de leur cadre de travail habituel. Et le coût contact est bien moins élevé.

• 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 spiritueux présentés si les conditions de dégustation sont bonnes et identiques.

• RENCONTRER SES PAIRS

Participer à un événement comme **FRANCE QUINTESSENCE**, 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 des spiritueux de France est trop petit pour continuer à 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.



LA COMMUNICATION

Pour exister, **FRANCE QUINTESSANCE** a développé une politique de communication ambitieuse et ciblée. Ambitieuse pour donner toute la visibilité nécessaire à la réussite du projet et parce que les spiritueux de France le valent bien, ciblée car **FRANCE QUINTESSANCE** ne souhaite pas attirer de badauds. La réussite du projet passe aussi par la qualité des visiteurs.

La communication de **FRANCE QUINTESSANCE** (budget compris autour de 50 K€) est basée sur un certain nombre d'outils et moyens mis en œuvre progressivement, en fonction d'un rétro-planning qui commence dès aujourd'hui.

• UN SITE INTERNET DÉDIÉ

www.france-quintessence.fr est la vitrine du salon. Simple et très visuel, il se veut ergonomique et très informatif. Son but : donner une bonne image du salon et de ses exposants tout en facilitant la venue des visiteurs. www.france-quintessence.fr permettra de préparer sa visite (programme, accès, billetterie), de connaître la liste des exposants mise à jour en temps réel et au fur et à mesure des inscriptions. Il sera le relais du « guide du visiteur », avec un descriptif de chacun des exposants et des spiritueux en dégustation. Il présentera toutes les animations et chacun des intervenants.

• LES RÉSEAUX SOCIAUX

Devenus incontournables, les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter) seront au cœur de la stratégie de communication de **FRANCE QUINTESSANCE**. 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 **FRANCE QUINTESSANCE**, les interventions (posts ou photos) seront nombreuses en amont du salon, pendant le salon lui-même mais aussi entre deux éditions. Pour ne pas perdre le contact.

• LA CONFÉRENCE DE PRESSE

Pour présenter le salon **FRANCE QUINTESSANCE** comme un événement et l'imposer comme une caisse de résonance, rien ne vaut une conférence de presse. Par son caractère officiel, ce type de prise de parole a généralement un impact très important auprès des journalistes. C'est l'occasion de présenter le concept, les différents intervenants et les premiers exposants.

Date à venir.

• 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 de **FRANCE QUINTESSANCE** : ses exposants, ses animations, ses nouveautés. Suite aux nombreuses retombées médias des cinq dernières années, (plus de 100 à chaque édition), nous avons fédéré une communauté de journalistes fidèles. Les relations avec les médias de **FRANCE QUINTESSANCE** sont assurées par l'agence **Born To Be Wine**, dont sa fondatrice Aurélie Rovnanik est une professionnelle reconnue auprès des journalistes vins, spiritueux et art de vivre français.

• DES PARTENAIRES MÉDIAS

FRANCE QUINTESSANCE ambitionne de nouer des partenariats avec les principaux acteurs médiatiques du monde des spiritueux et de l'art de vivre, en France et à l'international, afin de relayer la communication et l'affiche du salon via des échanges publicitaires.

• LES INVITATIONS

Des invitations seront envoyées en amont aux exposants et aux professionnels.

• LE GUIDE DU VISITEUR

Il présentera l'ensemble des exposants et des animations du salon. Il reprendra aussi les informations pratiques et proposera un plan. Il sera remis en main propre à l'entrée du salon à chacun des visiteurs mais il sera aussi diffusé en amont du salon dans les lieux de prescription (cavistes, CHR). **Il sera tiré à 20 000 exemplaires et diffusé à partir 1^{er} octobre.**

LES ORGANISATEURS

La SARL **AMUSE-BOUCHE** a été fondée en octobre 2014 par deux passionnés de l'univers des boissons conviviales : Franck Poncelet et Philippe Jugé. Elle a pour vocation d'organiser des salons de dégustation haut-de-gamme.

La société 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 - ont immédiatement été reconnus par les exposants et le public.



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. Depuis sa création, BARMAG a toujours largement ouvert ses pages au monde des spiritueux. BARMAG est aussi le partenaire depuis leur création des principaux salons de dégustation parisiens : PLANÈTE BIÈRE ou Rhum Fest Paris.

Franck Poncelet est aussi l'éditeur du seul magazine en kiosque dédié à l'univers du cocktail. COCKTAIL DELUXE, deux fois par an, met en avant les dernières tendances, les nouveaux acteurs et les plus récentes créations. Il est aussi le relais privilégié des marques qui se positionnent sur ce créneau aujourd'hui porteur.

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 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.

LES RETOMBÉES PRESSE DE L'ÉDITION 2019

Spiritueux français : 5 tendances à ne pas manquer



Elaborer de nouvelles recettes, booster sa start-up, miser sur le cocktail... Focus sur les tendances fortes des spiritueux français repérées au salon **France Quintessence**.

5e édition de France Quintessence

Événement organisé le 15 sept. 2019



Rendez-vous le 15 septembre, au Pavillon Ledoyen, pour découvrir et déguster le meilleur des liqueurs et spiritueux de France : Armagnac, calvados, rhum, gin, vodka, whisky... La France produit quelques-uns des meilleurs spiritueux au monde. Le salon France Quintessence a pour but de regagner le cœur des Français et de permettre aux spiritueux nationaux d'avoir une place privilégiée auprès de la nouvelle génération, des professionnels et des médias.

- **Expatway** - 17 septembre
- **Charente Libre** (mag & fr) interview Marvel Essia - 17 septembre
- **20 min** Lyon et Nantes (Armorik à déguster à Quintessence) - 13 septembre
- **Barmag** (Persyn à Quintessence) - 14 septembre
- **Décision Boissons** (agenda) - 13 sept
- **Parisien aujourd'hui en France.fr** (agenda) - 15 septembre
- **La Charente Libre** (mag et .fr) sur les charentais du salon - 17 septembre
- **Rayon boissons** (compte-rendu) - 17 septembre
- **Barmag** - septembre
- **Sortir à Paris** - 9 septembre
- **Whisky Mag** - 5 septembre
- **Paris capitale** - Septembre
- **Terre de vins** - septembre
- **Parisian Walkways** - 4 septembre
- **Kiss My Chef** - 5 septembre
- **Tendance Hôtellerie** - 5 septembre
- **Thuries Magazine** (agenda) - septembre
- **Vitisphère** - septembre
- **Where Paris** - septembre
- **Paris Secret** - 2 septembre
- **Rumporter** (rhum français à l'honneur) - 3 septembre
- **Le Mail Agroalimentaire** (agenda) - juillet-août
- **Guide des Gourmands** - 3 septembre
- **Barmag** - 28 août
- **Avis du Vin Figaro** - 28 août
- **Usine nouvelle** (sujet IG pour l'absinthe de Pontarlier) - 29 août
- **Cuisine et des Tendances** - 7 août
- **barmag.fr** - 13 juillet
- **Shake Well** - juillet-août
- **terredevins.com** (agenda) - 1er juillet
- **Décision Boissons** (chiffres du marché des spiritueux) - 28 juin
- **Vitisphère** - juin
- **Sortir à Paris** - juin
- **Paris Bouge** - juin
- **Que faire à Paris** - juin
- **Terre de vins** - juin
- **Le Figaro** - juin
- **Tokster (Ze Pros)** - juin
- **Le Parisien** - juin
- **Exquis** - 27 juin
- **Sortir à Paris** - 27 juin

France
QUINTESSENCE
6^{ÈME} ÉDITION

WWW.FRANCE-QUINTESSENCE.FR



#FRANCEQUINTESSENCE

SARL AMUSE-BOUCHE / FRANCE QUINTESSENCE

29/31 RUE DES TERRES AU CURÉ - 75013 PARIS

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

LAURA : 01 44 23 10 62 - laura@ab-event.fr • BETTINA : 01 44 23 10 64 / 06 16 41 77 86 - bettina@ab-event.fr