

WINE PARIS

09 _
_ 11 fév.
2026

PARIS EXPO
PORTE DE VERSAILLES

DOSSIER
DE PRESSE



wineparis.com
#wineparis #winepairing



L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération.



Un événement
VINEXPOSIUM

ÉDITORIAL DE RODOLPHE LAMEYSE

DIRECTEUR GÉNÉRAL DE VINEXPOSIUM



La filière mondiale du vin et des spiritueux traverse une période particulièrement complexe. Les marchés se rééquilibrent, les coûts de production augmentent et l'environnement commercial évolue rapidement. Partout dans le monde, les producteurs, les distributeurs et les opérateurs expriment un même besoin : une boussole pour comprendre les tendances, identifier les débouchés et ajuster leurs décisions dans un contexte devenu moins lisible et prévisible.

C'est précisément dans ce contexte que Wine Paris prend tout son sens. Un salon ne résout pas les crises, mais il offre un cadre où la filière se retrouve, échange et se recale. Au fil des années, Vinexposium a renforcé son rôle de tiers de confiance pour la filière, en faisant de Wine Paris un point d'appui solide pour ceux qui doivent avancer malgré l'incertitude.

L'édition 2026 élargit encore ce cadre. Avec Wine Paris, Be Spirits et Be No, nous accompagnons une réalité : la filière se diversifie. De nouvelles catégories apparaissent, d'autres se réinventent, et les consommateurs explorent des usages différents. Le développement du no/low ouvre un nouveau champ économique, élargit les usages et crée des opportunités pour ceux qui souhaitent s'y positionner.

Parallèlement, les débouchés se redessinent. Lorsque les États-Unis et la Chine connaissent des ralentissements, d'autres zones s'affirment : l'Inde, l'Afrique, l'Amérique latine ou encore le Moyen-Orient. Les professionnels l'ont compris et adaptent leurs stratégies. Notre rôle, chez Vinexposium, est de relier ces marchés, d'identifier les bons relais de croissance et de mettre autour de la table ceux qui peuvent créer de la valeur ensemble.

Wine Paris n'est pas seulement un lieu où l'on présente des produits : c'est un moment de vérité pour la filière. En trois jours, chacun fait le point, ajuste sa stratégie et consolide des contacts clés. Dans une période mouvante, la clarté est un bien précieux. C'est cette clarté que souhaitons offrir, avec constance et sens du collectif, aux côtés de tous ceux qui font vivre ce secteur.



LA FILIÈRE DES BOISSONS RÉINVENTE SES HORIZONS

Février 2026 marquera un tournant décisif pour **Wine Paris**, reflet d'une filière en pleine évolution. Alors que le monde du vin, des spiritueux et des nouvelles boissons connaît des mutations profondes - climatiques, culturelles, économiques - Vinexposium affirme plus que jamais son rôle de fédérateur et de facilitateur auprès de l'ensemble de la filière : producteurs, négociants, distributeurs, cavistes, restaurateurs, mixologues et acteurs du no/low et des boissons alternatives.

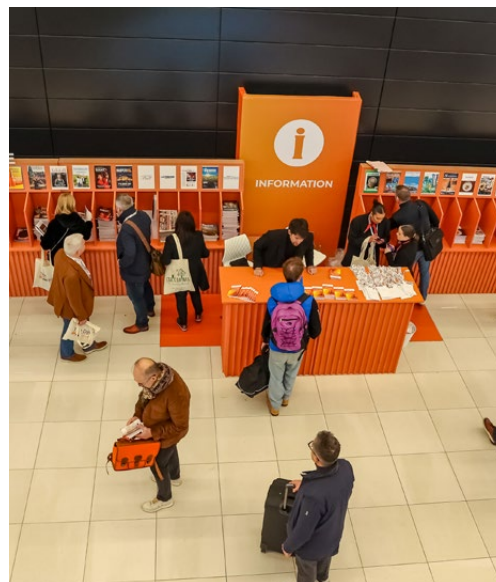
Avec 60 000 visiteurs issus de 155 marchés et 6 000 exposants représentant 60 pays, Wine Paris 2026 confirme son statut de rendez-vous mondial incontournable. La croissance internationale du salon, portée par la diversification des acteurs présents, témoigne d'une ambition claire : rassembler sous un même toit toutes les expressions du monde des boissons, de la vigne à la mixologie, en passant par l'innovation sans alcool.

Cette dynamique s'explique par un positionnement stratégique, renforcé par l'attractivité de **Paris : carrefour culturel et économique qui offre à la filière un environnement connecté, inspirant et accessible.** En quelques années, Wine Paris s'est imposé comme le baromètre mondial du commerce des vins, des spiritueux et des nouvelles tendances de consommation.



UN RENDEZ-VOUS, TROIS SALONS

En 2026, Wine Paris change de dimension. Porté par la vision de Vinexposium, l'événement consolide sa place comme le plus grand rassemblement international du vin, des spiritueux et des boissons sans alcool. **Cette nouvelle édition fera cohabiter trois salons autonomes et complémentaires**, réunis pendant trois jours pour faire dialoguer toutes les expressions du monde des boissons - du terroir à l'innovation.



Symbole d'un secteur en mouvement, Wine Paris 2026 marque une évolution majeure pour le salon, avec deux nouveautés emblématiques témoignant de la vitalité du marché des boissons :

- **L'autonomisation complète de Be Spirits Paris**, qui cette année est un salon à part entière, organisé de façon indépendante au sein de l'événement. Afin d'accompagner l'essor sans précédent des spiritueux premium, du craft, du saké, de la bière et du cidre, ainsi que l'intérêt croissant pour l'univers de la mixologie, **Be Spirits Paris investit de nouveau cette année son propre espace, où se mêleront dégustations exclusives et démonstrations en live.**
- **Le lancement de Be No Paris**, qui signe l'arrivée d'un **nouvel univers entièrement dédié au sans-alcool**, pensé comme une expérience à part entière. Véritable vitrine du segment **No**, ce nouvel espace met en lumière une tendance de fond désormais incontournable du marché mondial des boissons. Porté par une **croissance annuelle estimée à +10 % en valeur d'ici 2028** (source : IWSR), le sans-alcool s'impose bien au-delà d'un simple phénomène : **c'est aujourd'hui l'un des leviers les plus dynamiques de diversification du secteur.**

Ces évolutions illustrent la volonté de Vinexposium d'élargir son horizon, en **fédérant l'ensemble de la filière des boissons**, en **créant des passerelles**, et en **offrant à chaque acteur les moyens de se projeter vers l'avenir.**

« Wine Paris est un point de convergence incontournable. Notre priorité, chez Vinexposium, est de proposer un espace de dialogue concret à une filière qui diversifie ses offres et ses marchés, au sein d'un écosystème vivant qui évolue aux côtés des professionnels et accompagne leurs enjeux »,
explique Rodolphe Lameyse, Directeur général de Vinexposium.

LE REGARD DE NICOLAS CUISSARD : UNION, RÉSILIENCE ET TRANSFORMATION



Nicolas Cuissard, Directeur de Wine Paris, confirme que les nouvelles générations consomment différemment: moins, mais mieux. Elles recherchent authenticité, sens et cohérence entre plaisir, créativité et responsabilité. Ces évolutions structurent aujourd'hui l'approche de Wine Paris, en adaptant les discours, en investissant dans de nouveaux codes visuels et en réinventant les expériences pendant le salon. Cette volonté d'ouverture et de transmission se traduit notamment par des espaces de dégustation immersifs, des battles de mixologie et un programme de contenu riche porté par l'Academy, proposant une approche contemporaine et inspirante.



Une démarche résolument positive et optimiste. L'essor du sans-alcool est notamment une opportunité pour élargir les horizons de la filière. Pour Nicolas Cuissard, l'enjeu pour l'industrie des vins et spiritueux consiste à s'adresser à de nouveaux marchés, à accompagner les évolutions des attentes des consommateurs, et à intégrer ces innovations dans une démarche de complémentarité. Cette nouvelle dynamique est une invitation à repenser les expériences, à dialoguer avec des générations aux modes de consommation diversifiés, et à enrichir la palette des boissons proposées.

FACE À CES ATTENTES RENOUVELÉES, LE DÉFI EST CLAIR : CONJUGUER INNOVATION ET TRADITION, OUVERTURE ET IDENTITÉ, POUR FAIRE ÉVOLUER LA FILIÈRE VERS UN AVENIR DURABLE ET INCLUSIF.

La filière du vin et des spiritueux fait preuve, aujourd'hui, d'une résilience remarquable face aux défis climatiques, économiques et culturels. Des incendies en Californie ou dans l'Aude, aux gelées du Bordelais, elle s'adapte avec constance. Parallèlement, de nouveaux acteurs émergent et redessinent la carte mondiale : parmi d'autres, la Turquie sera présente pour la première fois avec un pavillon national, tandis que la Chine confirme sa montée en puissance. **Cette vitalité témoigne d'un écosystème désormais pleinement interconnecté, où échanges, curiosité et collaboration transcendent les frontières.**

Dans ce contexte, Vinexposium joue un rôle de catalyseur, facilitant le dialogue entre marchés, savoir-faire et générations. **L'édition 2026 incarne cette dynamique collective, rassemblant sous une même bannière Wine Paris, Be Spirits Paris et maintenant Be No Paris pour révéler les contours d'une filière en mouvement.**

« Les acteurs du secteur, dans toute leur diversité, de la production à la mise en marché, disposent d'atouts solides pour développer de nouvelles approches et renforcer leur offre, tout en s'appuyant sur les fondations qui font la force de la filière. Tradition et innovation avancent ici de concert », souligne Nicolas Cuissard.

Paris est un atout majeur pour la filière. Capitale économique et internationale, elle offre une accessibilité optimale, une forte connectivité et un environnement professionnel reconnu et soutenu par un écosystème gastronomique de référence. Cette centralité permet à Vinexposium de réunir, chaque année, les producteurs, distributeurs et acheteurs du monde entier et de proposer un cadre de travail où la filière avance collectivement.



WINE PARIS 2026 : **CHIFFRES, EXPANSION ET NOUVELLES TENDANCES**

L'édition 2026 de **Wine Paris** s'annonce comme la plus ambitieuse à ce jour, rassemblant tous les univers - Wine Paris, Be Spirits et Be No - sous une même bannière. Avec **plus de 6 000 exposants issus de 60 pays et plus de 60 000 visiteurs professionnels venant de 155 marchés**, le salon confirme son rôle de carrefour mondial pour la filière vin, spiritueux et nouvelles boissons. Cette édition verra **25 % de nouveaux exposants**, témoignant de l'attractivité et du renouvellement constant de l'événement.

Be Spirits Paris poursuit son expansion avec **plus de 100 nouveaux exposants par rapport à 2025, 19 pavillons inscrits** et la participation de **8 nouveaux pays** : Bulgarie, Finlande, Madagascar, Monaco, Panama, Philippines, Sri Lanka et Ukraine. Ces chiffres reflètent l'essor des spiritueux premium, du craft, du saké, de la bière et du cidre, ainsi que l'intérêt croissant pour la mixologie.

Be No Paris, nouvel univers dédié au segment sans-alcool, mettra à l'honneur **12 pays représentés** - Allemagne, Australie, Autriche, Belgique, Danemark, Espagne, France, Italie, Lituanie, Royaume-Uni, Suède et Suisse. L'espace de dégustations libres proposera plus de **250 étiquettes** pour permettre aux visiteurs de découvrir la diversité du segment. Pour ce lancement inédit, le média **Meininger's International** est partenaire de la zone de dégustations libres de Be No et ouvrira le programme Be No Talks.

Cette diversité d'exposants et de visiteurs illustre la capacité de Wine Paris à fédérer un écosystème international, à stimuler l'innovation et à accompagner l'évolution des pratiques de consommation, tout en offrant à chaque acteur de la filière un espace de rencontre, de networking et de développement stratégique.

«La force de Wine Paris réside dans la diversité de ses participants: vignerons, bartenders, distributeurs, start-up... tous les maillons de la filière s'y croisent. Le salon illustre l'évolution d'un univers où savoir-faire, innovation et nouvelles pratiques se rencontrent.», **souligne Nicolas Cuissard, Directeur de Wine Paris.**



UN SALON ENTRE TRADITION ET INNOVATION : GRANDES MAISONS ET JEUNES LABELS

L'une des grandes forces de Wine Paris réside dans sa capacité à conjuguer héritage et modernité. Wine Paris réunit à la fois les grandes maisons historiques, piliers de la renommée des vignobles français et européens, et une nouvelle génération d'entrepreneurs, de producteurs et de créateurs de boissons qui font évoluer la filière.

Cette cohabitation illustre une conviction centrale de Vinexposium : l'évolution du secteur se construit collectivement. En réunissant sous un même toit les acteurs établis et les porteurs de renouveau, Wine Paris devient le miroir vivant d'une filière en mouvement, capable de se réinventer sans renier ses racines.

Le programme [«La Nouvelle Vague»](#), dédié aux jeunes producteurs, illustre cette volonté d'ouverture. Conçu pour les professionnels en activité depuis moins de cinq ans, il leur offre l'opportunité de présenter leurs premières cuvées, de rencontrer des distributeurs du monde entier et de gagner en visibilité sur un marché en pleine évolution.

Alors que le monde du vin se transforme sous l'impulsion de talents jeunes et innovants, La Nouvelle Vague accompagne ce renouvellement en offrant une véritable vitrine à cette nouvelle génération.

« Wine Paris rassemble des univers complémentaires. En réunissant des acteurs établis et de nouveaux profils venus du vin, des spiritueux ou du no/low, nous créons un cadre où chacun peut développer ses projets et avancer avec la filière », illustre Rodolphe Lameyse.

LE REGARD D'AUDREY MARQUEYSSAT : AUDACE, CRÉATIVITÉ ET NOUVEAUX USAGES



Directrice de Be Spirits et Be No, Audrey Marqueyssat porte deux univers en pleine accélération, nourris par la créativité, les nouveaux usages et l'émergence de catégories portées par les jeunes générations.

Son regard croise celui des producteurs, des mixologues, des marques et des acteurs du sans-alcool pour accompagner une filière qui explore de nouvelles voies sans renier ses fondamentaux.

BE SPIRITS 2026 : UN ÉVÈNEMENT AUTONOME, UNE SYNERGIE

Be Spirits

En 2026, **Be Spirits devient un événement à part entière**, tout en restant pleinement intégré à l'écosystème de Wine Paris et à ses dates stratégiques. Cette autonomisation souligne la vitalité d'un secteur en plein essor, rassemblant spiritueux, bières, cidres, saké et boissons prêtes à boire (RTDs).

« Be Spirits Paris est bien plus qu'un salon : c'est une communauté d'acteurs créatifs qui font bouger la filière. Notre mission est de valoriser les savoir-faire, les circuits indépendants et les rencontres humaines », explique **Audrey Marqueyssat**, Directrice de Be Spirits et Be No.

Le visitorat de Be Spirits Paris illustre parfaitement cette dimension stratégique: en 2025, **40 % des visiteurs étaient issus de l'import et de la distribution, 18 % des détaillants** (commerce, supermarché, e-commerce, duty-free), **11 % du secteur HORECA** (hôtellerie, restauration, cafés), **8 % de fournisseurs de services, et 23 % d'autres acteurs** (producteurs, presse, institutions...). Ces chiffres démontrent que Be Spirits attire un public large et diversifié, capable de stimuler des échanges commerciaux et des collaborations inédites.

Be Spirits Paris affirme ainsi son ambition: **réunir les professionnels autour des grandes tendances mondiales**, du renouveau des spiritueux artisanaux à la montée en puissance de la mixologie faible en alcool, tout en consolidant sa place comme segment incontournable de l'écosystème Wine Paris.

LES ATOUTS DE BE SPIRITS PARIS 2026

1 - UNE VISIBILITÉ EXCEPTIONNELLE

- Participation internationale en forte progression: 24% internationaux en 2023 vs 43% en 2025, et +100 nouveaux exposants par rapport à 2025,
- 19 pavillons inscrits à date,
- Des pavillons nationaux et régionaux qui maximisent la visibilité collective,
- Un environnement dédié, conçu pour valoriser les produits auprès d'acheteurs qualifiés.



2 - UN ÉVÉNEMENT CENTRÉ SUR LES AFFAIRES

- **Le Pavillon Craft:** un espace réservé aux distilleries et brasseries artisanales et aux start-ups,
- **L'Infinite Bar:** 40 mètres du plus long bar éphémère de France, réunissant 20 marques et les meilleurs bartenders parisiens, avec 67 cocktails, alcoolisés et sans alcool,
- **Le programme Be Spirits Stage:** des sessions de mixologie en direct et des conférences dédiées à la croissance des catégories, à l'innovation hôtelière et à l'activation de marque. Deux temps forts sont déjà confirmés:
 - **Lundi 9 février 2026 10h30 – 11h30:** *Conférence The Spirits Business – Le monde des spiritueux en 2025 et au-delà*, animée par Melita Kiely, rédactrice en chef de *The Spirits Business*,
 - **Mardi 10 février 2026 18h – 19h:** *Masterclass Vinexposium – Mixologists Battle*, une démonstration autour de la créativité et du savoir-faire des bartenders.

3 - AU CŒUR DES TENDANCES ET DE L'INNOVATION



- **La “battle” des mixologues:** un rendez-vous phare articulé autour de la thématique *Pairing Perfection*, explorant les nouvelles synergies entre cocktails et gastronomie (*food pairing*),
- **Une redécouverte des spiritueux anciens** (cognac, armagnac, liqueurs, eaux-de-vie) qui séduisent de plus en plus les jeunes générations,
- **L'émergence de nouvelles influences internationales**, avec des spiritueux venus d'Asie – comme le baijiu chinois ou le soju coréen – qui cherchent à séduire le marché européen.

Lancée officiellement lors de Wine Paris 2026, la plateforme Be No marque la naissance d'un troisième univers au sein de Vinexposium, aux côtés de Be Spirits et Wine Paris.

Dédié aux boissons sans alcool, Be No se positionne comme un espace autonome, avec ses exposants, visiteurs, masterclasses, conférences et expériences sensorielles, reflétant une évolution majeure des usages et des attentes du marché. L'espace de dégustations libres accueillera plus de 250 échantillons, offrant un panorama représentatif de la diversité et de la créativité de cette nouvelle scène des boissons.

« Avec Be No, nous créons un univers à part entière. C'est une scène ouverte à la créativité et à l'exploration, où les producteurs et les marques présentent de nouvelles façons d'aborder les usages sans alcool. Ce segment vient compléter les offres existantes et ouvrir de nouvelles perspectives pour les professionnels », explique **Audrey Marquessat**.

Vinexposium positionne ainsi Be No comme un espace d'expérimentation et de dialogue. Les visiteurs y découvriront des dégustations immersives, des ateliers de création et des rencontres professionnelles dédiées à l'avenir des boissons, dans un environnement qui valorise autant le savoir-faire artisanal que l'innovation technologique.

« Be No, c'est l'expression d'une ouverture culturelle et commerciale. Nous rassemblons des acteurs qui, hier encore, n'avaient pas d'espace commun d'échange à l'échelle internationale. C'est cette ouverture qui fait la force de Be No. », conclut **Audrey Marquessat**.





WINE PARIS, CARREFOUR MONDIAL DES MARCHÉS VITICOLES

FIDÉLITÉ DES GRANDES NATIONS HISTORIQUES

Wine Paris 2026 conforte sa position de rendez-vous incontournable pour les acteurs majeurs du vin, des spiritueux et désormais du no/low. Les grands pays exportateurs - France, Italie, Espagne, Portugal, États-Unis - forment le socle de cet événement mondial, rejoints par de nouveaux marchés émergents comme Chypre, la République tchèque, la Croatie, ou encore la Pologne, qui reflètent l'évolution du commerce international.

L'Italie, présente depuis la première édition, occupe désormais près d'un cinquième de la surface totale du salon. Le Portugal apparaît comme le 4^e pays exposant, juste derrière la France, l'Italie et l'Espagne. L'Allemagne confirme également son dynamisme en devenant le premier pays exposant à Be No après la France, avec plus de dix marques représentées. Enfin, l'Espagne, poursuit sa montée en puissance avec une progression remarquable de +55 % de surface d'exposition par rapport à 2025.

En parallèle, de nouveaux territoires s'imposent comme des relais de croissance majeurs, à commencer par l'Inde, l'Afrique et l'Amérique latine.

DE NOUVEAUX RELAIS DE CROISSANCE : INDE, AFRIQUE, AMÉRIQUE LATINE

L'un des phénomènes les plus marquants de Wine Paris 2026 réside dans l'émergence de nouveaux territoires. Face au ralentissement des deux moteurs historiques commerciaux que sont les États-Unis et la Chine dans le contexte économique actuel, la filière viticole mondiale opère un rééquilibrage de ses marchés. Il ne s'agit plus seulement de consolider les positions acquises sur les marchés matures, mais d'aller chercher de nouveaux relais de croissance : en Amérique latine, en Afrique et en Inde notamment.

Avec une classe moyenne estimée à plusieurs centaines de millions de consommateurs d'ici 2030, l'Inde représente un marché à fort potentiel. Wine Paris se positionne comme un espace de dialogue privilégié pour les producteurs et acteurs institutionnels souhaitant anticiper les opportunités offertes par un futur accord de libre-échange avec New Delhi.

L'Amérique latine et l'Afrique complètent cette géographie renouvelée des opportunités. Des pays comme l'Argentine, le Brésil ou l'Afrique du Sud ne sont plus seulement des producteurs: ils deviennent des marchés de consommation à part entière, portés par l'émergence d'une classe moyenne urbaine.

Wine Paris 2026 accueille ces nouveaux acteurs, créant les conditions d'un dialogue commercial équilibré entre producteurs établis et nouveaux entrants.



LE SANS-ALCOOL DANS LES MARCHÉS DU GOLFE : UNE STRATÉGIE PREMIUM

Dans les pays du Golfe, où les contraintes réglementaires encadrent strictement la distribution de boissons alcoolisées, le segment no/low s'impose comme une voie de croissance à fort potentiel. Ces marchés, en pleine mutation, recherchent des produits premiums capables d'offrir des expériences gustatives innovantes tout en respectant les contextes culturels locaux.

Cette tendance ouvre de nouvelles perspectives commerciales pour les exposants de Be No Paris et illustre la capacité de Wine Paris 2026 à anticiper les mutations globales du secteur et à accompagner l'évolution des habitudes de consommation à l'échelle internationale.

VERS UNE FILIÈRE RÉGÉNÉRATIVE : DÉPASSER LA DURABILITÉ

La durabilité ne suffit plus. Les crises climatiques ont mis en lumière la nécessité d'aller plus loin : restaurer, régénérer, transmettre. Wine Paris 2026 fait de cette ambition le fil conducteur de sa démarche RSE, en valorisant les initiatives pionnières qui replacent l'industrie des vins et spiritueux dans une logique de circularité.

En 2025, le salon a collecté **102 000 bouteilles** et **30 000 bouchons pour réemploi**, **420 kg de matériaux redistribués à des structures solidaires**, et **20 800 litres de vin récupérés et une partie distillée en bioéthanol**. Des résultats concrets qui traduisent un engagement de long terme.

Pour 2026, Wine Paris va plus loin encore avec des initiatives vertueuses visant à réduire l'impact environnemental du salon, via le déploiement d'une logistique bas carbone, et à mettre l'accent sur des problématiques chères aux nouvelles générations.



À ce sujet, **un partenariat renforcé avec La Wine Tech Perspectives** mettra en lumière des innovations numériques et écologiques au service d'une filière plus durable et connectée (capteurs de sol, IA, traçabilité, économie circulaire). Concrètement : un espace dédié à l'innovation et à la digitalisation de la filière accompagnera les professionnels dans leur transformation et leur adaptation aux nouveaux enjeux des marchés internationaux. La ligne directrice de cette édition : « comment sortir de la crise et se (re)connecter au consommateur ? ». Trois grands axes rythmeront le programme : **Tech, data & IA** (une sortie par l'innovation), **Marchés & consommation** (comprendre les usages et renouer le lien) et **Marque, communication & retail** (se réinventer pour séduire).

Cette approche s'inscrit dans un mouvement global : **selon une étude Nielsen 2025, 80 % des consommateurs souhaitent que les marques qu'ils achètent agissent concrètement pour la planète**. Wine Paris 2026 place donc la transparence et la preuve d'impact au cœur de sa stratégie, afin d'encourager les acteurs à communiquer sur des engagements mesurables et vérifiables.



PERSPECTIVES & AMBITIONS : WINE PARIS, MOTEUR DE TRANSFORMATION

Wine Paris 2026 s'annonce comme une édition charnière : croissance confirmée du nombre d'exposants et de visiteurs, internationalisation accélérée, diversification de l'offre avec l'autonomisation de Be Spirits et le lancement de Be No.

Mais au-delà des chiffres, c'est le rôle stratégique de Vinexposium qui s'affirme. Le salon confirme son statut de plateforme mondiale où se rencontrent les décideurs de toute la chaîne de valeur : producteurs, importateurs, distributeurs, sommeliers, restaurateurs, médias et institutionnels.

Dans la continuité de la **World Bulk Wine Exhibition** à Amsterdam, **Vinexpo Americas**, organisé à Miami et de **Vinexpo Asia** à Hong Kong en 2026, Wine Paris s'inscrit au cœur d'une stratégie mondiale portée par Vinexposium, reliant les marchés européens, américains et asiatiques à travers une même dynamique de coopération et de développement international.

Wine Paris n'est plus seulement un événement commercial : c'est un espace d'idées et de transformation, un lieu où la filière mondiale invente collectivement son futur. L'innovation reste le moteur de cette transformation. Elle ne se limite pas à la technologie, mais englobe les formats, les récits et les expériences. Le lancement de Be No incarne cette audace : transformer un phénomène de consommation en véritable espace professionnel, créatif et porteur d'avenir.

« Le sans-alcool est une porte ouverte vers de nouveaux publics. En le structurant avec Be No, nous lui offrons un espace d'expression clair et cohérent dans l'écosystème Vinexposium. », conclut Rodolphe Lameyse.

INFORMATIONS PRATIQUES

DATES & HORAIRES

Lundi **09 février** : 9h00–19h00
Mardi **10 février** : 9h00–19h00
Mercredi **11 février** : 9h00–17h00

ADRESSE

Paris Expo Porte de Versailles
1 Place de la Porte de Versailles
75015 Paris – France

BADGES

Visiteurs

Du 29 Septembre au 8 Février 2026 : 80€
Du 9 au 11 Février 2026 : 95€

Accréditation en ligne sur wineparis.com
(jusqu'au dimanche 8 février à 17h00) :

**Entrée gratuite pour les journalistes
et créateurs de contenus** (sous réserve
d'accréditation par le service de presse
du salon).

*Pour les étudiants, 15€ TTC (soumis à
validation de l'organisateur)



DÉCOUVREZ LA GALERIE PHOTO
DE L'ÉVÈNEMENT [ICI](#)

CONTACTS PRESSE

FRANCE : 14 septembre
vinexposium@14septembre.com

INTERNATIONAL : Vinexposium
media@vinexposium.com

Pour accéder aux informations, aux news
exposants et télécharger les visuels,
cliquez sur la page Media :
wineparis.com