

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 plus de 6 500 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.



REGARDS CROISÉS DE MARCHÉS INTERNATIONAUX : PAROLES D'ACHETEURS ET D'EXPERTS

À travers les témoignages d'acheteurs et d'experts internationaux, cette section propose une lecture terrain des évolutions du marché. Les contributions recueillies par Vinexposium mettent en évidence des dynamiques contrastées selon les zones, mais aussi des points de convergence autour de nouveaux critères de sélection, de la montée en gamme, de l'éducation des consommateurs et de l'évolution des usages. Ces retours offrent des repères concrets pour comprendre comment les marchés se structurent aujourd'hui et comment les attentes évoluent, tant du côté de la demande que des circuits de distribution.

LE CANADA - FOCUS QUÉBEC : ÉVOLUTIONS DES CRITÈRES D'ACHAT ET DES STYLES DE CONSOMMATION

Au Canada, et plus particulièrement au Québec, le marché évolue dans un contexte de transition, marqué par une légère baisse de la consommation, mais aussi par des attentes de plus en plus ciblées. Plusieurs tendances se dégagent clairement : la progression des vins blancs et des rouges plus légers, en réponse à une recherche de fraîcheur et de digestibilité ; l'intérêt croissant pour les produits à plus faible teneur en alcool, qui ne montre pas de signe d'essoufflement ; et l'importance déterminante du rapport qualité-prix, devenu un critère central pour les consommateurs.

La singularité du marché tient également à la très grande diversité de l'offre, avec près de 40 000 vins et spiritueux issus de nombreuses origines. Si les profils de consommateurs restent multiples, une attention particulière est portée à une clientèle plus jeune, curieuse et informée, sensible à la qualité, à la provenance des produits et aux pratiques durables. La transparence sur le taux d'alcool et le niveau de sucre joue un rôle croissant dans la décision d'achat.

L'engagement environnemental est un facteur clé pour le vin, tandis que, dans les spiritueux, la qualité et l'authenticité priment. Au-delà des catégories et des origines, le contact humain et l'histoire portée par les producteurs restent essentiels.

Comme le souligne **Sébastien Clermont**, Président de Tanium Vins et Spiritueux (Québec) : *« Le rapport qualité-prix est fondamental pour le consommateur québécois, tout comme le contact humain et l'histoire derrière la bouteille. Ce qui compte, ce n'est pas seulement l'origine ou le nombre de générations, mais le côté passionnel et la cohérence du produit avec les attentes actuelles. »*

L'INDE : UN MARCHÉ EN STRUCTURATION, PORTÉ PAR L'ÉDUCATION ET LA MONTÉE EN GAMME

Le marché indien des vins et spiritueux connaît une évolution rapide, portée par une population jeune, curieuse et en quête de diversité. Les consommateurs s'ouvrent à une pluralité de produits - vins, cocktails, gins et bières artisanales - tout en affichant un intérêt croissant pour le segment premium. La montée en gamme est particulièrement visible lors des grandes occasions, où Champagnes et spiritueux haut de gamme trouvent désormais leur place. Une clientèle aisée recherche également des expériences immersives autour du vin, associant dégustation, convivialité et dimension sociale.

*« En Inde, les vins et spiritueux premium deviennent de véritables marqueurs de réussite et d'art de vivre, notamment auprès d'une clientèle urbaine et aspirante. Les consommateurs recherchent non seulement des produits de qualité, mais aussi du sens, de l'éducation et des expériences autour de la dégustation. Comprendre l'origine, le savoir-faire et l'histoire derrière chaque bouteille est désormais un moteur clé d'engagement. », souligne **Sonal C Holland MW**, Directrice Fondatrice, SohoWines Consulting.*



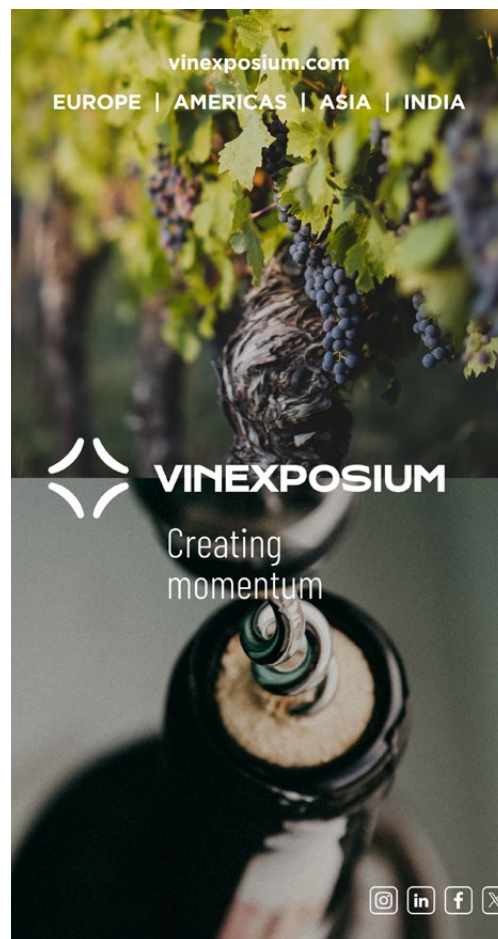
Troisième marché mondial des boissons alcoolisées en valeur, estimé à 55 milliards de dollars, l'Inde combine puissance démographique et dynamique économique, avec près de 700 millions de consommateurs en âge légal et une croissance annuelle proche de 8 %, selon l'IWSR. Autre évolution structurante : l'émergence d'une consommation plus consciente, avec un intérêt croissant pour la modération et le mindful drinking, notamment auprès des jeunes générations.

*« Les consommateurs ne veulent pas seulement mieux boire, ils veulent comprendre ce qu'il y a dans leur verre : l'origine des produits, la manière dont ils sont élaborés et comment les apprécier. Cette soif de connaissance façonne une culture de consommation plus informée et plus responsable. », ajoute **Sonal C Holland MW**, Directrice Fondatrice, SohoWines Consulting.*

Dans ce contexte, Wine Paris apparaît comme un rendez-vous structurant pour prendre du recul sur ces évolutions. En réunissant producteurs, marchés et leaders d'opinion internationaux, l'événement offre un cadre propice à la compréhension des dynamiques globales et à la mise en perspective des transformations à l'œuvre dans des marchés clés comme l'Inde.

L'AFRIQUE : UNE DIVERSITÉ DES MARCHÉS ET DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS

Le continent africain se caractérise par une grande diversité de marchés, aux niveaux de maturité et aux dynamiques très contrastés selon les régions. Cette mosaïque s'accompagne néanmoins de tendances communes, parmi lesquelles une premiumisation progressive, portée par la recherche d'authenticité, et un intérêt croissant pour des offres différenciantes, adaptées aux usages culturels et aux circuits de distribution locaux. La compréhension fine des spécificités régionales, la flexibilité commerciale et l'agilité logistique constituent des facteurs clés pour les opérateurs souhaitant s'y développer durablement.



Au cours de l'année écoulée, plusieurs évolutions se sont affirmées: une curiosité accrue pour de nouvelles origines et de nouveaux cépages, au-delà des régions traditionnellement présentes sur les marchés africains ; une attention plus forte portée aux histoires des marques, à leurs engagements et à l'identité des producteurs; et un essor marqué des formats éducatifs et expérientiels. Dégustations, masterclasses, événements et contenus digitaux participent à structurer une culture du vin plus informée et plus communautaire, notamment dans les grands centres urbains.

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.

*«Les consommateurs africains s'orientent vers des vins qui ont du sens: des produits authentiques, portés par de vraies histoires et des producteurs engagés. L'éducation au vin, les expériences de dégustation et le partage jouent un rôle central dans la manière dont le marché évolue aujourd'hui», conclut **Chinedu Rita Rosa**, Fondatrice et Présidente de Vines By Rosa.*



LA FRANCE : UN PILIER HISTORIQUE ET STRUCTURANT DE WINE PARIS

Si Wine Paris accompagne l'essor de nouveaux marchés et la diversification des origines, le salon s'inscrit aussi dans une continuité historique forte, portée par ses grands pays exposants et ses zones viticoles emblématiques.

La France demeure le premier pays exposant et le socle historique de Wine Paris, incarnant à la fois l'excellence viticole, la diversité des terroirs et la force d'attraction internationale du salon. Les grandes régions viticoles françaises structurent fortement l'édition 2026, avec Bordeaux et le Languedoc en tête, suivis par la Champagne, qui s'impose comme le troisième bassin exposant français.

Cette édition marque une étape significative pour la région champenoise avec la première participation de Champagne Gosset et Champagne Deutz, illustrant l'attractivité croissante de Wine Paris auprès des acteurs majeurs de la filière et son positionnement comme plateforme de référence pour les grandes appellations françaises.



La programmation éditoriale met également en lumière l'excellence française à travers la master-class [«La famille Château Cheval Blanc»](#), consacrée à l'histoire, à la transmission et à la vision stratégique de l'une des propriétés les plus emblématiques de Bordeaux.

Animée par Pierre-Olivier Clouet (LVMH Vins d'Exception), la session propose une immersion dans l'héritage, la philosophie et la stratégie de Château Cheval Blanc, abordant des sujets clés tels que la pérennité des grandes maisons familiales, l'interprétation du terroir, l'exigence qualitative et l'équilibre entre tradition et innovation.

L'ITALIE, L'ESPAGNE ET LE PORTUGAL : UN PÔLE MAJEUR DE CROISSANCE POUR LE SALON

L'Europe du Sud s'affirme comme l'un des grands moteurs de Wine Paris, portée par la mobilisation conjointe de l'Italie, de l'Espagne et du Portugal, qui figurent parmi les principaux pays exposants du salon.

L'Italie confirme son rôle moteur en devenant le premier pays exposant après la France, occupant près d'un cinquième de la surface totale du salon, avec une hausse de +30 % de surface en 2026 par rapport à 2025, après avoir multiplié sa présence par 4,5 en trois éditions. Une masterclass intitulée [«Italie : à la découverte de la richesse de ses terroirs.»](#), animée par Yari Cordioli et Romain Bocchio, met en lumière la pluralité des terroirs et l'originalité des approches des vignerons (Derenoncourt Vignerons Consultants).

L'Espagne poursuit une dynamique remarquable, avec une progression de +55 % de sa surface d'exposition. Cette croissance témoigne d'un engagement renforcé des producteurs espagnols et d'une volonté affirmée de valoriser la diversité de leurs appellations, la montée en gamme des vins et le positionnement international du vignoble ibérique.

L'Espagne et l'Italie comptent parmi les pays représentés sur les trois salons, confirmant leur position stratégique sur ces événements internationaux. Le Portugal s'impose quant à lui comme le quatrième pays exposant, enregistrant une augmentation de +36 % de surface en 2026. Une conférence consacrée aux terroirs portugais et à leur rayonnement international met en avant l'innovation, la premiumisation et la structuration de l'offre portugaise à l'export, portée par des représentants d'organismes institutionnels et de producteurs.

L'ALLEMAGNE : UNE RÉFÉRENCE EUROPÉENNE EN PLEINE TRANSFORMATION

L'Allemagne confirme son rôle stratégique à Wine Paris, en s'imposant comme un marché clé en forte croissance. En 2026, le pays enregistre une hausse de +33 % de sa surface d'exposition par rapport à 2025, après avoir multiplié sa présence par 4,5 en trois ans. Présente sur l'ensemble des univers du salon, l'Allemagne devient également le premier pays exposant à Be No après la France, avec plus de dix marques sans alcool représentées, confirmant son positionnement de référence sur ce segment en pleine structuration.

Cette édition marque également un temps fort inédit avec la première participation collective de **VDP.Die Prädikatsweingüter** à Wine Paris. 25 domaines VDP seront réunis sur un stand commun, offrant un panorama représentatif des grandes régions viticoles allemandes et une vitrine de l'excellence des vins allemands dans toute leur diversité stylistique. Le pavillon **Wines of Germany** sera de retour avec près de 70 coexposants.



LES AMÉRIQUES : UN MOTEUR DE DYNAMISME INTERNATIONAL

Le continent américain constitue l'un des territoires stratégiques de Wine Paris, porté par le dynamisme des États-Unis et des grands pays producteurs d'Amérique latine. Les États-Unis affichent une dynamique particulièrement forte, avec une progression de +42 % de leur surface d'exposition en 2026, confirmant leur rôle de marché prescripteur, notamment sur les segments premium, spiritueux et innovation marketing.

Une masterclass intitulée « [Californie, passé et avenir: l'héritage du Jugement de Paris](#) », présentée par Elaine Chukan Brown (Wine Enthusiast), revient sur l'impact historique du Jugement de Paris et son rôle dans la reconnaissance internationale des vins californiens, tout en explorant les perspectives du vignoble américain, entre innovation, premiumisation et rayonnement mondial.

En parallèle, l'Amérique latine, notamment l'Argentine, le Chili, le Brésil, l'Uruguay et le Mexique, s'impose comme un relais de croissance majeur, portée par une montée en gamme progressive et une ambition internationale affirmée.

Cette dynamique est incarnée par des acteurs de référence tels que **Uruguay Wines, ProChile & Wines of Chile, ProMendoza & Wines of Argentina** et **Spirits of Mexico**, qui œuvrent activement à la valorisation des terroirs, à la structuration des filières et au rayonnement international de leurs productions. Une masterclass consacrée à la montée en gamme des vins d'Amérique latine mettra en lumière la modernisation des filières, l'affirmation des identités locales et les stratégies de développement à l'international.

Dans le prolongement direct de cette dynamique, s'impose comme le rendez-vous de référence dédié aux marchés du continent américain, accompagnant les acteurs internationaux au plus près des réalités locales et des enjeux commerciaux régionaux.



VINEXPO

AMERICAS

29-30 APRIL
MIAMI 2026

Miami Beach Convention Center






vinexpo-americas.com

An event by
VINEXPOSIUM

SPIRITS • LOW • BEER • CIDER

Be Spirits

VINEXPO AMERICAS
MIAMI
29 - 30
APR
2026

Be No

No alcohol \ New perspectives

Vinexpo Americas - Miami
29 - 30 Apr. 2026



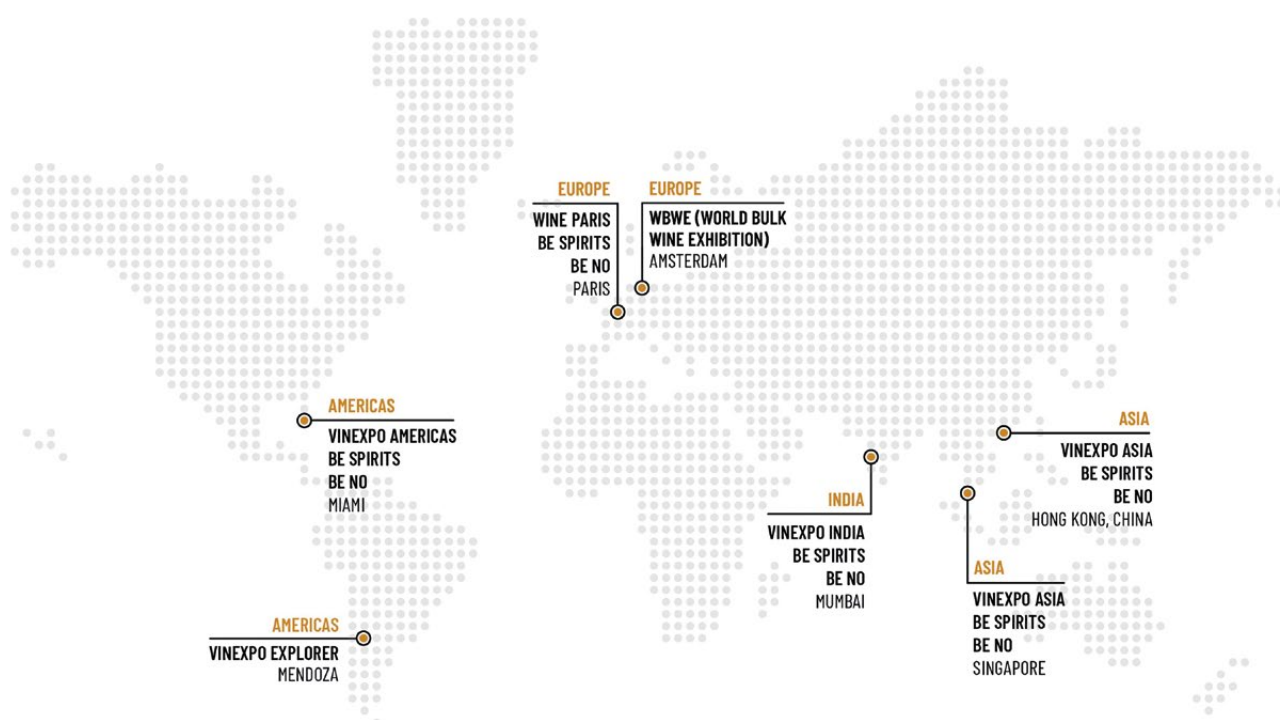
UNE PARTICIPATION MONDIALE

La France reste le premier pays exposant, suivie par l'Italie, en progression de 18 % par rapport à 2025. L'Espagne connaît une accélération remarquable avec une hausse de 250 % de sa surface sur Be Spirits, ce qui la place désormais dans le top 10 des pays représentés.

Le Royaume-Uni affiche une progression de 138 % en surface et confirme son rôle moteur dans les spiritueux et la mixologie. L'Allemagne devient le pays de référence sur le segment sans alcool, avec 8 exposants au sein de Be No, ce qui en fait la nation la plus représentée après la France.

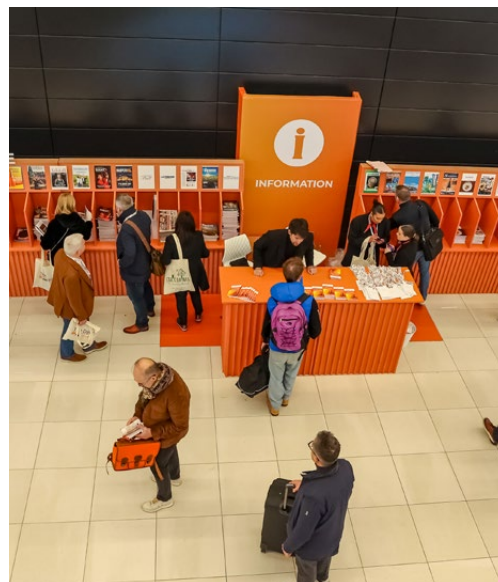
Plusieurs pavillons nationaux viennent renforcer la visibilité du salon, notamment le whisky écossais, l'agroalimentaire irlandais, les distilleries américaines et les innovations australiennes. L'arrivée de nouveaux pavillons en 2026 (Mexique, Irlande, Écosse, États-Unis, Australie, etc.) confirme l'élargissement de la cartographie internationale et la structuration mondiale des spiritueux et du no low.

La fidélité de maisons emblématiques depuis 2020 atteste d'un engagement durable des acteurs et de l'ancrage professionnel de Wine Paris.



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 RENOUVÉES, 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.



LES V D'OR, LES BUSINESS AWARDS DE VINEXPOSIUM



Les Business Awards
de Vinexposium

Lancés en 2024 par Vinexposium, les V d'Or distinguent chaque année l'excellence et l'innovation au sein de l'industrie mondiale des vins et spiritueux.

En 2026, cinq prix seront remis dans trois grandes catégories, ainsi qu'un coup de cœur du jury:

- **V d'Or de la Meilleure Initiative Écoresponsable:** deux prix, un pour le vin et un pour les spiritueux, récompenseront des démarches de réduction de l'impact environnemental ;
- **V d'Or du Meilleur Projet pour l'Éducation et la Transmission:** deux prix, un pour le vin et un pour les spiritueux récompenseront des dispositifs de mentorat, de formation ou de transmission entre professionnels ;
- **V d'Or de la Meilleure Innovation:** un prix récompensera une approche inédite (produit, service, campagne, marché, etc.).

OUVERTS AUX PROFESSIONNELS DU MONDE ENTIER ET ÉVALUÉS PAR UN JURY INTERNATIONAL INDÉPENDANT, LES V D'OR OFFRENT UNE LECTURE CLAIRE DES PRIORITÉS ÉMERGENTES DU SECTEUR ET METTENT EN LUMIÈRE DES PROJETS PORTEURS DE SOLUTIONS CONCRÈTES FACE AUX ENJEUX CONTEMPORAINS DE LA FILIÈRE.

Pour cette troisième édition, les lauréats seront annoncés le dimanche 8 février 2026. La cérémonie se tiendra au **Trianon**, théâtre et monument historique parisien situé à Montmartre, et proposera une expérience culinaire immersive imaginée par le chef le plus étoilé au monde, **Yannick Alléno**.

En 2026, les V d'Or prennent une dimension nouvelle en étant mis à l'honneur au cœur de Wine Paris, du 9 au 11 février, devant plus de 6 500 exposants et 60 000 visiteurs, affirmant ainsi leur rôle de référence internationale et de baromètre des initiatives qui façonnent l'avenir de la filière.

Le jury des V d'Or a également choisi de mettre en lumière un coup de cœur, récompensant une initiative particulièrement inspirante et porteuse pour l'avenir de la filière. La cérémonie bénéficiera de la présence exceptionnelle de Kylie Minogue, qui remettra le Prix Coup de Cœur du Jury. Kylie Minogue sera par ailleurs présente sur le salon en tant qu'exposante, avec sa marque Kylie Minogue Wines.

COUPS DE



DU JURY



Calvados Christian Drouin SAS (France)

Nommée dans la catégorie *Coup de cœur du Jury*, **Calvados Christian Drouin** est distinguée pour sa capacité à allier créativité digitale, humour et engagement communautaire, en renouvelant la manière de valoriser une maison patrimoniale tout en renforçant son lien avec de nouveaux publics.



Bhutan Wine Company (Bhoutan)

Également nommée dans la catégorie Coup de cœur du Jury, **Bhutan Wine Company** est saluée pour son projet pionnier visant à ouvrir de nouvelles frontières extrêmes du vin, en plaçant la durabilité au cœur de son modèle, dans un environnement naturel unique et exigeant.



Sustainability In Drinks (Royaume-Uni)

Le collectif **Sustainability In Drinks** est reconnu pour son rôle dans la promotion de la durabilité à l'échelle de l'industrie, à travers des actions d'éducation, de sensibilisation et de plaidoyer, contribuant à structurer un dialogue sectoriel autour des enjeux environnementaux et sociétaux.



Terra Vitis (France)

Nommée dans la catégorie Coup de cœur du Jury, **Terra Vitis** est mise en avant pour son engagement en faveur de pratiques viticoles responsables, durables et traçables, défendant un modèle de production respectueux des terroirs, des producteurs et des consommateurs.

Les lauréats 2026 seront révélés le 8 février au soir lors de la Cérémonie des V d'Or, et publiés dès le 9 février sur le site internet des V d'Or, puis valorisés pendant toute la durée du salon dans un corner dédié.
(Pour connaître les lauréats, rendez-vous sur la page des V d'Or [ici](#).)

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

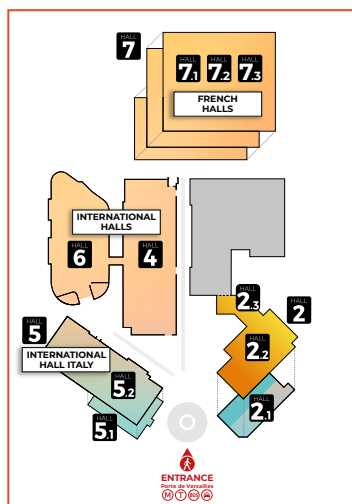
L'édition 2026 de **Wine Paris** s'annonce comme la plus ambitieuse à ce jour, rassemblant tous les univers - Wine Paris, Be Spirits et Be No - sous une même bannière. Avec **plus de 6 500 exposants issus de 60 pays et plus de 60 000 visiteurs professionnels venant de 155 marchés**, le salon confirme son rôle de carrefour mondial pour la filière vin, spiritueux et nouvelles boissons. Cette édition verra près de **30 % de nouveaux exposants**, témoignant de l'attractivité et du renouvellement constant de l'événement.

Be Spirits Paris poursuit son expansion avec **plus de 200 nouveaux exposants par rapport à 2025, 19 pavillons inscrits** et la participation de **10 nouveaux pays** : Bulgarie, Finlande, Indonésie, Madagascar, Monaco, Panama, Porto Rico, Philippines, Sri Lanka et Taiwan. 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.

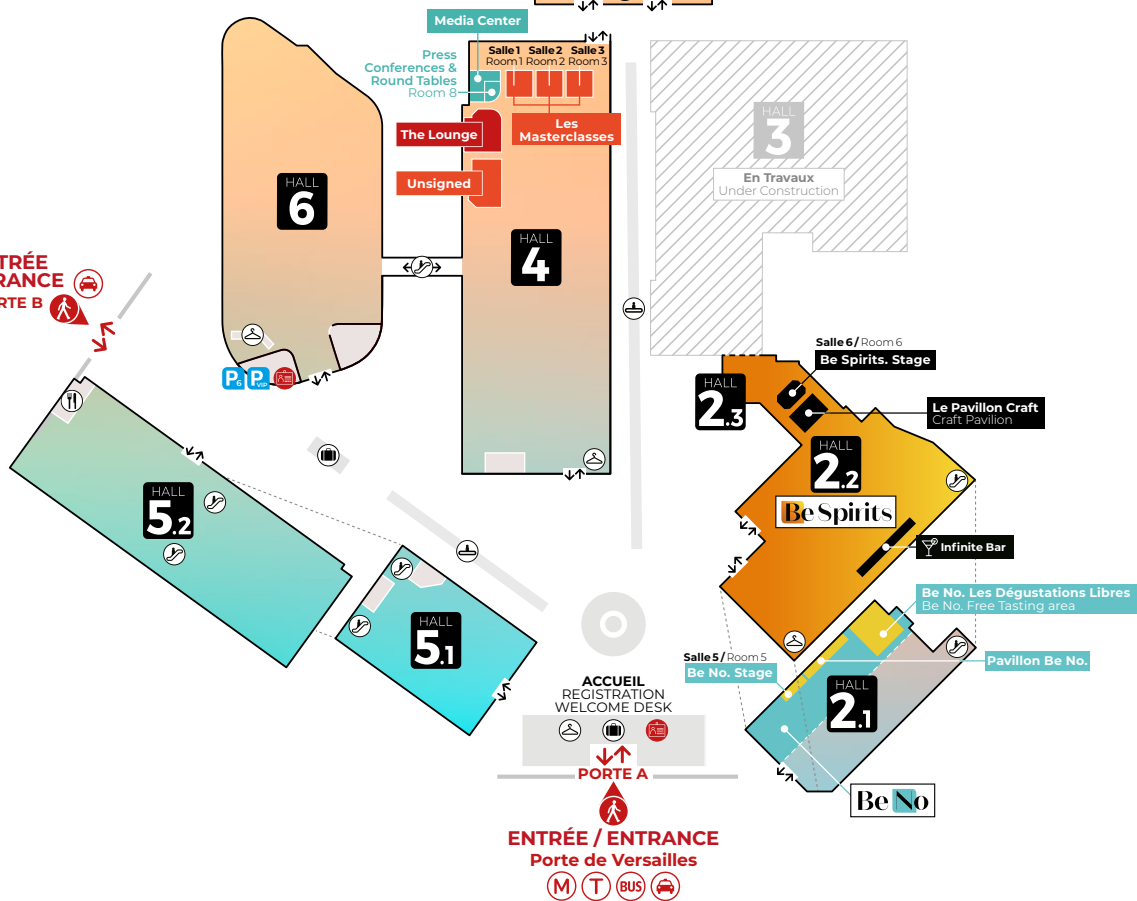
Be No Paris, nouvel univers dédié au segment sans-alcool, mettra à l'honneur **13 pays représentés** - Allemagne, Australie, Autriche, Belgique, Danemark, Espagne, France, Italie, Lituanie, Pays-Bas, Royaume-Uni, Suède et Suisse. L'espace de dégustations libres proposera plus de **250 étiquettes** pour 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**.*



ENTRÉE / ENTRANCE
PORTE B



ENTRÉE / ENTRANCE
Porte de Versailles



HALL 2 INTERNATIONAL

HALL 2.1

- Be No. SANS ALCOOL / NO ALCOHOL
- INTERNATIONAL
- ITALY

HALL 2.2 & HALL 2.3

- Be Spirits. SPIRITUEUX LOW BIÈRE CIDRE
- SPIRITS LOW BEER CIDER

HALL 4 INTERNATIONAL

HALL 5 INTERNATIONAL

- ITALY

HALL 6 INTERNATIONAL

HALL 7 FRANCE

HALL 7.1

- BORDEAUX

HALL 7.2

- CORSICA
- LANGUEDOC
- PROVENCE
- ROUSSILLON
- RHÔNE VALLEY
- SOUTH WEST OF FRANCE

HALL 7.3

- ALSACE
- BEAUJOLAIS
- BOURGOGNE
- CHAMPAGNE
- JURA
- LOIRE
- SAVOY



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**, Directeur général de Vinexposium.*

UNSIGNED WINE + SPIRITS: À LA DÉCOUVERTE DES TALENTS ÉMERGENTS

UNSIGNED Wine + Spirits est un espace dédié à la découverte au sein de Wine Paris, conçu pour mettre en lumière des producteurs indépendants de vins et spiritueux du monde entier. Anciennement connu sous le nom de Wines Unearthed, cet espace poursuit la même ambition : créer des rencontres entre des vignerons et distillateurs artisanaux à fort potentiel international et des acheteurs professionnels à la recherche de produits authentiques, distinctifs et porteurs d'une histoire. Organisé par UNSIGNED Wine + Spirits et hébergé par Wine Paris, il célèbre la diversité, l'innovation et la singularité des terroirs, en offrant aux professionnels une porte d'entrée privilégiée vers de nouvelles opportunités commerciales.

UNSIGNED continue de se développer au cœur de Wine Paris, devenant une destination de découverte toujours plus dynamique et diversifiée. Lancé en 2024 avec 24 producteurs, l'espace s'est rapidement agrandi, accueillant 47 producteurs en 2025 et prévoyant d'en recevoir 61 répartis sur 55 stands en 2026. Représentant 17 pays différents, UNSIGNED offre désormais aux acheteurs une opportunité unique d'explorer une sélection véritablement internationale de producteurs innovants, des nouveaux talents aux projets les plus audacieux. Cette croissance reflète à la fois l'énergie du lieu et sa valeur en tant que plateforme de découverte sur le marché mondial.



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



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**.

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.

Be Spirits constitue également un point d'entrée stratégique vers l'export pour de nombreuses marques. C'est notamment le cas de la distillerie Pegasus, fondée en 2021 en Bourgogne, qui choisit Wine Paris 2026 pour marquer son lancement officiel en Europe. À cette occasion, Pegasus s'appuie sur l'ensemble des dispositifs proposés par Be Spirits Paris, avec un stand dédié, une masterclasse et une présence sur l'Infinite Bar, illustrant la capacité du salon à accompagner concrètement les marques dans leur développement international.

LES ATOUTS DE BE SPIRITS PARIS 2026

1 - UNE VISIBILITÉ EXCEPTIONNELLE

- **Une visibilité accrue: +360 exposants issus de 39 pays**, confirmant l'attractivité et le rayonnement international du salon.
- Participation **internationale en forte progression**: 54% internationaux cette année vs 44% en 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 telles que **Grand Marnier** (Groupe Campari) et **Brown Forman** et 20 des meilleurs bartenders parisiens, avec plus de 60 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 et l'Association des Barmen de France – « L'Expérience Cocktail Pairing »*, une démonstration autour de la créativité et du savoir-faire des bartenders, en présence de Pierre Munier, Champion du Monde des Cocktails 2025.

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.



PROGRAMME ACADEMY : UN ESPACE DE RÉFLEXION ET DE TRANSMISSION

Pilier du contenu de Wine Paris, le programme Academy s'affirme comme un espace privilégié de réflexion, de transmission et de mise en perspective des grandes transformations de la filière. À travers une programmation dense et structurée, il réunit experts, professionnels, institutions et acteurs clés du secteur, et rassemblera plus de 200 participants sur l'ensemble des sessions.

Les conférences et tables rondes abordent les enjeux économiques, culturels et environnementaux qui traversent aujourd'hui les marchés du vin, des spiritueux et des nouvelles catégories de boissons. L'Academy accompagne ainsi les professionnels dans la compréhension des mutations à l'œuvre et dans l'anticipation des évolutions à venir.

La programmation met également en lumière la montée en puissance des accords mets & boissons (*Pairing Perfection*), devenue un levier stratégique de valorisation des produits, d'expérience consommateur et de différenciation gastronomique. Plusieurs sessions explorent ces nouvelles frontières du *pairing*, entre innovation, cultures culinaires et exploration sensorielle, notamment :

Lundi 9 février 2026, de 12:00 à 13:00 : [« La nouvelle frontière des accords : sublimer les fromages à travers le regard du saké »](#)

Lundi 9 février 2026, de 11:00 à 12:00 : [« Vins du Centre-Loire & Crottin de Chavignol : voyage au cœur des terroirs »](#)

Ces sessions illustrent l'évolution des usages, où le food pairing devient un territoire d'expression créatif, culturel et commercial, renforçant les passerelles entre boissons, gastronomie et art de vivre.

UN PROGRAMME DE CONTENU SPECIALEMENT DEDIE AUX ENJEUX STRATEGIQUES DE LA FILIERE

Cette année, Vinexposium place les enjeux de politiques publiques et de régulation au cœur de son programme, en dédiant plusieurs temps forts aux grandes questions économiques, commerciales et institutionnelles qui façonnent l'avenir de la filière vins et spiritueux.

Dans ce cadre, une série de tables rondes institutionnelles a été conçue comme des moments clés du programme, favorisant le dialogue entre institutions, organisations professionnelles et experts :

- **l'évolution des marchés internationaux**
- **les enjeux de durabilité et de responsabilité**
- **l'adaptation des filières aux nouveaux usages de consommation**
- **les perspectives économiques à moyen et long terme**



13H00 - 14H00 - TABLE RONDE - ROOM 8 - HALL 4

« Accord UE-Mercosur : quand la politique commerciale se confronte aux réalités du marché »

Organisée par **Vinexposium**

14H30 - 15H30 - CONFÉRENCE - ROOM 8 - HALL 4

« Consommation mondiale de vin : mutations structurelles, nouvelles géographies et commerce international »

Organisée par l'**Organisation internationale de la vigne et du vin (OIV)**

17H30 - 18H30 - CONFÉRENCE - ROOM 8 - HALL 4

« Barrières non douanières : le coût réel du commerce mondial du vin »

Organisée par **Wine Origins Alliance**



10H00 - 11H00 - CONFÉRENCE DE PRESSE - ROOM 8 - HALL 4

« Bilan 2025 des exportations françaises de vins et spiritueux » - Organisée par la **Fédération des exportateurs de vins et spiritueux (FEVS)**

11H30 - 12H30 - CONFÉRENCE DE PRESSE - ROOM 8 - HALL 4

« Champagne : défis et perspectives »

Organisée par le **Comité Champagne**

13H00 - 14H00 - TABLE RONDE - ROOM 8 - HALL 4

« Le bouleversement du commerce : droits de douane, barrières non tarifaires et nouveau paysage concurrentiel » - Organisée par la **FIVS**

13H00 - 14H00 - TABLE RONDE - ROOM 4 - CONFÉRENCES - HALL 7.1

« Tarifs douaniers : la filière des spiritueux sous pression »

Organisée par **Vinexposium**

16H00 - 17H00 - TABLE RONDE - ROOM 8 - HALL 4

« Vins no/low et œnotourisme : la nouvelle législation européenne peut-elle soutenir les entreprises ? »

Organisée par le **Comité Européen des Entreprises du Vin (CEEV)**

17H30 - 18H30 - TABLE RONDE - ROOM 8 - HALL 4

« Alcool, modération et débat public »

Organisée par **Drinks Insider**





10H00 - 11H00 – TABLE RONDE - ROOM 8 – HALL 4

« Décisions internationales et commerce des spiritueux : comprendre le rôle des organisations multilatérales »

Organisée par **World Spirits Alliance**

11H30 - 12H30 – CONFÉRENCE - ROOM 8 – HALL 4

« Leadership des appellations: rester une référence dans un monde du vin en mutation »

Organisée par la **Fédération Internationale des Journalistes et Écrivains du Vin et des Spiritueux (FIJEV)**

13H00 - 14H00 – TABLE RONDE - ROOM 8 – HALL 4

« Accord UE-Inde: enjeux et perspectives pour les vins et spiritueux »

Organisée par **Vinexposium**

14H30 - 15H30 – CONFÉRENCE DE PRESSE - ROOM 8 – HALL 4

« Soft power & compétitivité : le vin, un instrument d'influence mondiale »

Organisée par **Vinexposium**

ACCORD UE - MERCOSUR

Cette table ronde analysera la manière dont la politique commerciale européenne se traduit dans la réalité économique, en abordant l'accord UE-Mercosur à la fois sous un angle économique et géopolitique. En réunissant des représentants des filières européennes et une perspective brésilienne, les échanges permettront d'éclairer les enjeux du Mercosur au-delà du seul débat politique.

ACCORDS DE LIBRE-ÉCHANGE UE-INDE

Cette table ronde propose une approche orientée marché de l'Inde, à un moment clé pour le libre-échange. En réunissant la Commission européenne, une experte du marché indien et une organisation professionnelle européenne représentant le secteur des spiritueux, la discussion analysera comment l'accord de libre-échange UE-Inde redéfinit l'accès au marché des vins et spiritueux en Inde - et quels enseignements peuvent être tirés d'autres accords commerciaux.

TARIFS DOUANIERS ET RELATIONS COMMERCIALES TRANSATLANTIQUES

Une table ronde consacrée aux relations commerciales transatlantiques, organisée un an après le retour de Donald Trump à la présidence des États-Unis et plusieurs mois après l'introduction de nouvelles mesures tarifaires. La discussion analysera l'impact de ces droits de douane sur l'industrie des spiritueux, les équilibres commerciaux internationaux et les perspectives d'évolution de la politique commerciale américaine, en donnant notamment la parole à des voix américaines et britanniques du secteur.



BE NO 2026 - UN ŒIL SUR L'AVENIR

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.



TEMPS FORT - CONFÉRENCE BE NO STAGE

17H00 - 17H45 – SALLE BE NO - ROOM 6, HALL 2.1

« **Boissons pour adultes : le potentiel des vins et spiritueux sans alcool** » - Une conférence organisée par Circana dédiée aux opportunités créées par la tendance européenne en faveur des vins et spiritueux sans alcool, analysant l'essor des boissons à 0 %, les nouvelles attentes des consommateurs et les perspectives de développement de ce segment en pleine structuration.

« 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 Marqueyssat**.

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.

En parallèle, la programmation accueille le 9 février 2026 [la conférence de presse des vins de Kylie Minogue](#) dédiée à la présentation de sa gamme de produits et à la stratégie internationale de la marque, illustrant le rôle croissant des personnalités publiques dans la valorisation et la distribution des vins sur les marchés mondiaux (événement accessible uniquement sur invitation).

« 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 Marqueyssat**.



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.

ENGAGEMENTS RSE : DES INITIATIVES CONCRÈTES AU SERVICE DE LA FILIÈRE



Au-delà de la démarche globale portée par Vinexposium, Wine Paris met en lumière les engagements concrets déployés par les exposants en matière de responsabilité environnementale et sociétale. Réduction de l'empreinte carbone, éco-conception des stands, recours au réemploi, optimisation logistique ou encore actions en faveur de la transmission des savoir-faire illustrent la mobilisation collective du secteur.

Ces initiatives traduisent une volonté partagée d'inscrire la filière dans une trajectoire plus responsable et plus durable, en réponse aux attentes des marchés, des professionnels et des consommateurs.

Notamment, François Lurton présentera ses vins et spiritueux au sein d'un stand inédit, conçu comme une structure entièrement circulaire et réalisée à partir d'un matériau organique innovant développé par MUSH Myco Design à partir de sarments de vigne. Ce projet incarne une approche pionnière de l'éco-conception, fondée sur les principes de l'économie circulaire et la valorisation des résidus viticoles.

Spécialisée dans l'ingénierie de matériaux biosourcés, MUSH Myco Design a mis au point une alternative durable au plastique et au bois, transformant les déchets de taille de vigne grâce à des procédés de biotechnologie fongique. Le matériau obtenu est entièrement naturel, sans substances toxiques, léger, résistant, ignifuge et recyclable en compost en fin de cycle de vie.

Cette collaboration s'inscrit dans la continuité de l'engagement de François Lurton en faveur d'une viticulture biologique et d'une production respectueuse des terroirs et des écosystèmes. En réutilisant les sarments issus des vignes ayant produit les raisins des vins présentés, ce stand devient une illustration concrète de la circularité appliquée au monde du vin et un signal fort en matière d'innovation responsable. Présentée pour la première fois à Wine Paris 2026, cette initiative témoigne d'une nouvelle manière de penser les matériaux, la scénographie et l'impact environnemental des événements professionnels.



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, **Vinexpo Asia** à Hong Kong et de **Vinexpo India** à Mumbai, 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.

VOICE OF THE INDUSTRY DONNER LA PAROLE À LA FILIÈRE

Publié à l'occasion de Wine Paris, *Voice of the Industry* s'impose comme un support éditorial de référence, conçu pour accompagner la filière vins et spiritueux dans la lecture et la compréhension de ses profondes mutations.



En un an, **Vinexposium** n'a pas seulement lancé un magazine : **le groupe** a construit un véritable écosystème média B2B, pensé pour donner la parole à celles et ceux qui façonnent l'avenir du secteur. À travers des analyses de fond, des interviews, **des podcasts**, des regards d'experts et des retours de terrain, *Voice of the Industry* propose un décryptage des grands enjeux économiques, culturels et sociétaux, avec une ambition claire : éclairer les décisions, inspirer l'action et connecter les expertises.

Initialement conçue comme une publication print, la plateforme s'est aujourd'hui élargie à un dispositif éditorial complet, accessible tout au long de l'année via des contenus exclusifs, un magazine trimestriel et une présence digitale renforcée. Pour marquer cette première année, *Voice of the Industry* dévoile une nouvelle identité visuelle et une structure éditoriale repensée, permettant aux professionnels d'accéder à ses contenus à tout moment, sur le site ou via l'application mobile. Fidèle à sa vocation de partage des savoirs, la plateforme demeure gratuite et ouverte à tous. Le prochain numéro de *Voice of the Industry* sera dévoilé à l'occasion de Wine Paris, notamment dans les kiosques presse du salon, prolongeant ainsi l'expérience du salon en offrant aux acteurs du secteur des clés de lecture stratégiques.

UNE DYNAMIQUE INTERNATIONALE INSCRITE DANS LA DURÉE

Wine Paris s'inscrit dans une dynamique internationale portée par l'ensemble des rendez-vous du groupe Vinexposium. Cette projection internationale témoigne de la volonté d'accompagner durablement la filière sur les grands marchés mondiaux, à travers des événements complémentaires et stratégiques.

Les prochains rendez-vous internationaux incluent :

- **Wine Paris, Be Spirits & Be No (9-11 février 2026)**
- **Vinexpo Americas, Be Spirits & Be No (29-30 avril 2026)**
- **Vinexpo Asia, Be Spirits & Be No (26-28 mai 2026)**
- **Vinexpo Explorer – Édition Vins en Vrac (8-10 juin 2026)**
- **World Bulk Wine Exhibition (30 novembre – 1^{er} décembre 2026)**



ANY PLANS FOR TONIGHT?

Find your perfect spot in Paris

→ 140+ BARS, RESTAURANTS
& MORE SELECTED WITH ♥

Our 2026 Guide



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€ sur place

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

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

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

Réservation Taxi Prioritaire

Un code promotionnel permet de bénéficier d'un accès prioritaire lors de la réservation d'un taxi, afin de faciliter les déplacements des visiteurs.

Service VIP Travel Assistance

Un service de voyage mains libres est proposé, permettant d'expédier ses bagages directement vers / depuis Wine Paris et de voyager plus sereinement. Le service est accessible via le code WP2026VIP.



**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