Sous le haut patronage de
Monsieur Emmanuel MACRON
Président de la République

WINE PARIS

**COMMUNIQUÉ DE PRESSE**
**À PARIS - MERCREDI 28 OCTOBRE 2026**



15_17 fév. 2027
PARIS EXPO
PORTE DE VERSAILLES

# WINE PARIS 2027 :
# ACCOMPAGNER LES TRANSFORMATIONS, OUVRIR DE NOUVELLES PERSPECTIVES

**Face aux tensions commerciales et géoéconomiques, au ralentissement de certains marchés et à l'évolution des habitudes de consommation, les filières des vins et spiritueux doivent adapter leurs stratégies et identifier de nouveaux relais de croissance. Du 15 au 17 février 2027, Wine Paris mobilisera sa dimension internationale pour répondre à ces enjeux, en renforçant ses dispositifs de recrutement d'acheteurs, de mise en relation commerciale et d'analyse des marchés, ainsi que le dialogue entre acteurs économiques et institutionnels.**

*« Les attentes de la filière des vins et spiritueux à l'égard de Wine Paris n'ont jamais été aussi fortes. Cette exigence, nous la prenons comme une responsabilité. Wine Paris doit être un outil au service de ses exposants et un lieu où la filière se fait entendre. Notre puissance ne vaut que par ce qu'elle permet : des affaires qui se concluent, des décisions qui s'éclairent, des positions qui pèsent. C'est ce qui guidera l'édition 2027. »*

**Nicolas Cuissard, Directeur de Wine Paris**

## WINE PARIS : PORTER LES ENJEUX DE LA FILIÈRE POUR DÉVELOPPER LES OPPORTUNITÉS COMMERCIALES

Avec **6 537 exposants et 63 541 visiteurs professionnels issus de 169 pays en 2026,** Wine Paris entend mettre sa dimension internationale au service des débouchés commerciaux et de la compréhension des marchés. Cette 9e édition bénéficiera à nouveau du haut patronage du Président de la République française.

### DES ACHETEURS QUALIFIÉS POUR ACCÉDER À DE NOUVEAUX MARCHÉS

Wine Paris intensifie le recrutement d'acheteurs internationaux, notamment en Asie. Le développement du **Club** et du **programme *Hosted Buyers*** s'appuie sur une équipe dédiée, qui entretient des relations privilégiées avec les 10 à 15 principaux acheteurs de chaque pays, toute l'année, à travers les événements de Vinexposium. Cette approche permet de mobiliser des acheteurs à fort potentiel, en adéquation avec les besoins des exposants. Plus largement, **70 % des visiteurs de Wine Paris sont des décideurs ayant une intention d'achat**, confirmant la vocation commerciale du salon.

VINEXPOSIUM

Le dispositif de *business matching* évolue avec des profils enrichis et des critères de recherche affinés. Les exposants pourront notamment présenter jusqu'à trois références produits dans leur fiche catalogue, afin de mieux cibler les rendez-vous en amont du salon.

**COMPRENDRE LES ÉVOLUTIONS DES MARCHÉS POUR MIEUX ANTICIPER**

Avec son programme **Academy** et ***Voice of the Industry***, la plateforme éditoriale de Vinexposium, Wine Paris propose des analyses et des expertises pour éclairer les décisions des professionnels.

Inaugurés en 2026, les ***Morning Market Briefings*** seront reconduits en 2027. Ces rendez-vous matinaux apporteront aux exposants des analyses ciblées sur les marchés internationaux et leurs perspectives, pour orienter leurs stratégies commerciales.

Les conférences et tables rondes traiteront également des évolutions de la consommation et des enjeux commerciaux, environnementaux et réglementaires.

**UN ESPACE DE DIALOGUE ENTRE LA FILIÈRE ET LES DÉCIDEURS PUBLICS**

Inaugurée par le Président de la République, Emmanuel Macron, l'édition 2026 avait réuni plus de **400 responsables publics français, européens et internationaux,** dont six ministres, 21 ambassadeurs, des représentants de la Commission européenne et des délégations diplomatiques de 37 pays.

Désormais intégrée à l'**Academy**, la Room 8 réunira à nouveau en 2027 professionnels et institutions autour des enjeux économiques, commerciaux et réglementaires des filières, afin de favoriser le dialogue et l'émergence de propositions communes.

**UNE DIMENSION INTERNATIONALE AU SERVICE DES DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX**

En 2027, Wine Paris renforcera la représentation des grandes délégations européennes. L'Italie et l'Espagne seront réunies dans le Hall 1, tandis que l'offre internationale se déploiera également dans les Halls 4 et 6 et l'offre française dans le Hall 7.

La participation asiatique poursuivra également son développement, avec notamment deux pavillons chinois (Hall 6) attendus. Cette dynamique s'inscrit dans la continuité de la présence de Vinexposium en Asie à travers Vinexpo Asia, favorisant les connexions entre les marchés et l'ouverture de nouveaux débouchés commerciaux.

Le salon accueillera également le Brésil et le Canada pour la première fois.




## BE SPIRITS : UNE OFFRE INTERNATIONALE ÉLARGIE POUR ACCOMPAGNER LES ÉVOLUTIONS DU MARCHÉ DES SPIRITUEUX

Lancé en 2020, **Be Spirits** poursuit son développement dans le Hall 5.2 avec une offre internationale élargie, adaptée aux nouvelles stratégies de sourcing des acheteurs.

L'édition 2027 accueillera **neuf nouveaux pays** : l'Arménie, la Grèce, l'Inde, la Moldavie, la Norvège, la République tchèque, la Suède, la Turquie et l'Ukraine. Ils rejoindront notamment l'Irlande, l'Écosse, le Mexique, le Japon, le Québec et les États-Unis. À date, **54 % des exposants sont internationaux**, contre 44 % en 2026.

Des grandes maisons de cognac, d'armagnac et de calvados aux producteurs de whisky, de tequila, de mezcal, de grappa, de rhum, de saké ou de shōchū, Be Spirits réunit des acteurs établis, des producteurs indépendants et de nouvelles marques, offrant aux acheteurs un panorama diversifié du marché des spiritueux.

La **Be Spirits Stage** proposera conférences, masterclasses et démonstrations sur les évolutions du marché et de la consommation, notamment autour du saké et du shōchū, en partenariat avec la Japan Sake & Shochu Makers Association.

L'**Infinite Bar**, comptoir de 40 mètres réunissant 20 grands bartenders parisiens, sera reconduit. **The Cocktail Pairing Experience** explorera les accords entre cuisine et cocktails, tandis que le nouveau format **The Spirits Travel Experience** fera découvrir différentes cultures à travers les créations de trois bartenders internationaux.




## THE OTHER SIP : UNE NOUVELLE IDENTITÉ POUR STRUCTURER LE MARCHÉ NO/LOW

En 2027, Be No devient **The Other Sip**. Lancé en 2026 et initialement consacré aux boissons sans alcool, l'événement s'ouvre désormais aux boissons à faible teneur en alcool.

Porté par la modération des consommations, l'évolution des usages et l'innovation produit, le no/low s'affirme comme un segment à part entière. The Other Sip entend accompagner son développement en réunissant marques, producteurs et acheteurs internationaux au sein du Hall 5.1.

Pour sa deuxième édition, **17 pays sont représentés à date, dont six nouveaux** : l'Argentine, la Chine, l'Estonie, Hong Kong, la Corée du Sud et la Norvège. Des visiteurs de 2026 deviennent exposants, tandis que d'autres entreprises renforcent leur participation, témoignant de la dynamique de ce marché.

*« Avec The Other Sip, nous accompagnons l'essor du no/low, porté par l'évolution des modes de consommation, l'innovation et l'émergence de nouveaux acteurs. En réunissant marques, acheteurs et experts, nous entendons donner à ce segment toute sa place et favoriser son développement commercial. »*

**Audrey Marqueyssat – Directrice Spiritueux, Sans Alcool, Bière et Cidre**

**L'évolution de Wine Paris, Be Spirits et The Other Sip traduit une même volonté : adapter les événements aux besoins de leurs marchés et au développement des filières.**

*« Les filières du vin, des spiritueux et de l'alimentation se réinventent, et les rendez-vous qui les réunissent doivent évoluer avec elles. Notre ambition, au sein de la* ***division Food & Beverage de Comexposium****, est de faire de chacun de nos événements un véritable accélérateur de business, de rencontres et d'opportunités à l'international. De SIAL Paris à Wine Paris, nous portons cette même conviction : aller au-delà du salon pour accompagner les transformations des filières et le développement de leurs marchés. C'est dans cette dynamique que s'inscrit Wine Paris 2027. »*

**Rodolphe Lameyse – CEO de la division Food & Beverage de Comexposium**

## RETOUR SUR LES CHIFFRES CLÉS DE L'ÉDITION 2026

**6 537**
exposants

**63 541**
visiteurs professionnels

**169**
pays représentés

**25 958**
rendez-vous d'affaires programmés

**239**
sessions Academy

**400**
décideurs publics

## INFORMATIONS PRATIQUES

**Wine Paris, Be Spirits et The Other Sip 2027**
**Du 15 au 17 février 2027**
**Paris Expo Porte de Versailles**
**Pour plus d'informations, consultez le site de Wine Paris et sa rubrique média.**
**Pour demander une accréditation au salon, cliquez ici.**

**Pour visualiser la galerie photo de l'édition 2026, cliquez ici.**

## À PROPOS DE VINEXPOSIUM

Créateur de temps forts, Vinexposium est le partenaire de référence pour les professionnels des vins et spiritueux, toute l'année. À travers ses événements internationaux majeurs et ses contenus éditoriaux, notamment Voice of the Industry, il connecte l'ensemble des acteurs du secteur pour soutenir le développement commercial et la compréhension des marchés. En facilitant les rencontres et en partageant des éclairages stratégiques, Vinexposium accompagne la filière internationale face aux enjeux d'innovation, de durabilité et d'évolution de la consommation. Vinexposium fait partie de la division Food & Beverage de Comexposium, acteur majeur de l'événementiel mondial.




## À PROPOS DE COMEXPOSIUM

Comexposium est l'un des leaders mondiaux de l'organisation d'événements professionnels et grand public. Le Groupe organise 400 salons, expositions, congrès, rendez-vous one to one, dans 80 destinations et 24 pays à travers le monde.
Au sein de sa **Division Food & Beverage**, Comexposium déploie des marques fortes comme SIAL, premier réseau mondial d'événements professionnels de l'agroalimentaire (SIAL Paris, SIAL China, Food & Drinks Malaysia by SIAL…) ; Vinexposium (événements dédiés aux vins et spiritueux comme Wine Paris, Vinexpo Asia, Vinexpo Americas…), le Salon du Chocolat et de la Pâtisserie, Gourmet Selection, le Salon du Fromage et des Produits Laitiers, ou encore Djazagro. La Division Food & Beverage de Comexposium totalise 1,5 million de participants et 26 000 exposants sur 35 événements à Paris, Amsterdam, Shanghai, Hong Kong, Hô Chi Minh-Ville, Mumbai, Dubaï, New York, Montréal, Toronto, Alger, Istanbul ou Lima.
Comexposium anime également des marques de référence sur d'autres verticales dynamiques, comme Milipol (sécurité), NRF Retail's Big Show Europe et One to One Retail E-commerce (retail), IMCAS (santé), Les Assises de la cybersécurité (digital), Foire de Paris (loisirs), ou encore Rétromobile, GIIAS et Top Transport (transport & mobilité).
Déployant une stratégie d'engagement responsable labellisée RSE Positive Company® en 2025, le Groupe, dont le siège est situé à Courbevoie (Île-de-France), emploie 1 200 collaborateurs répartis dans ses différentes filiales.

**CONTACTS PRESSE FRANCE - AGENCE 14 SEPTEMBRE**
vinexposium@14septembre.com
Andreia Mesquita - 06 11 35 18 09
Estelle Agnel - 06 12 29 58 30
Mia Mameche - 06 67 85 38 86

**CONTACTS PRESSE INTERNATIONALE**
media@vinexposium.com

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