

 **VINEXPO**
ASIA

HONG KONG
28-30
MAY
2024



2024

DOSSIER DE PRESSE



An event by
VINEXPOSIUM

VINEXPOASIA.COM
#VINEXPOASIA



CATALOGUE



- 1 Editorial Rodolphe Lameyse,
Directeur général de Vinexposium
- 2 Editorial Laurent Bos,
Directeur général adjoint de Vinexposium
- 3 Vinexpo Asia 2024,
en chiffres
- 4 Destination Asie Pacifique,
une destination attractive
- 5 L'Asie,
terre d'opportunités
- 6 Les grandes tendances, entre nouvelles
formes de culture et art de vivre
- 7 Vinexpo Academy,
une expérience unique
- 8 Informations
pratiques



Rodolphe Lameyse
Directeur général de
Vinexposium

“ VINEXPO ASIA: AMBITION RENOUVELÉE

Depuis 1998, au travers de sa marque Vinexpo Asia, Vinexposium est le fer de lance de la filière vins et spiritueux sur les marchés asiatiques.

La présence soutenue de Vinexposium en Asie via Vinexpo Asia témoigne d'un engagement profond et d'une attention particulière portée aux besoins et à l'évolution des marchés asiatiques.

En jouant un rôle clé dans l'expansion du secteur des vins et spiritueux, cet engagement de plus de 25 ans est destiné à se poursuivre. Le succès continu de chaque édition souligne l'importance économique cruciale de cet événement, désormais un rendez-vous incontournable pour les professionnels du domaine.

Alternant entre Singapour et Hong Kong, l'édition 2024 de Vinexpo Asia se déroule à Hong Kong avec un événement qui a installé sa légitimité auprès des professionnels. Vinexpo Asia renforce sa position en tant que hub essentiel pour le commerce régional et international.

Pour cette édition, notre ambition est de créer un cadre optimal pour les transactions commerciales, l'échange d'informations sur les marchés et la consommation, ainsi que pour stimuler les investissements.

Dans le contexte actuel d'une conjoncture difficile, Hong Kong se distingue comme un élément clé de succès grâce à sa position géographique stratégique, la diversité des pays importateurs à proximité, et son accès direct au marché chinois. Attirant une multitude d'importateurs, grossistes, cavistes, distributeurs, détaillants, hôteliers et restaurateurs, la ville offre une plateforme unique où ces professionnels peuvent se rencontrer, échanger, déguster et faire des affaires avec les experts du secteur des vins et spiritueux.

Vinexpo Asia continue d'être un levier de développement commercial inégalé pour les leaders de l'industrie des vins et spiritueux en Asie.

“ VINEXPO ASIA 2024 À HONG KONG, L'ÉDITION DES RETROUVAILLES !



Laurent Bos
Directeur général adjoint de
Vinexposium

Vingt-six ans après son premier événement organisé à Hong Kong et après 6 ans d'absence, Vinexposium signe son grand retour dans la ville portuaire avec Vinexpo Asia, rendez-vous phare dans la région pour le secteur des vins et spiritueux.

Salon premium, 100 % business, Vinexpo Asia se positionne comme un levier de développement commercial hors pair et bénéficie du soutien actif du Hong Kong SAR Government et du Hong Kong Tourism Board.

A l'image de l'ensemble des événements organisés par Vinexposium, il proposera une haute qualité de services grâce à l'appui des équipes françaises venant sur place renforcer les effectifs des bureaux de Shanghai et de Singapour.

Il rassemblera 40 pays exposants, 1 300 producteurs et 10 000 visiteurs professionnels au Hong Kong Convention and Exhibition Center (HKCEC), un lieu prestigieux à l'important pouvoir d'attraction pour les affaires. Vinexpo Asia proposera une offre inégalée en termes de vins, avec notamment un espace WOW! Welcome to the Organic World dédié aux vins bios et biodynamiques, ainsi qu'en termes de spiritueux et de crafts (Whisky, Saké, Baiju...).

Vinexpo Asia se veut également un événement apportant de la connaissance et jouant un rôle essentiel pour développer l'expertise, encourager l'innovation et l'excellence. Ainsi, Vinexpo Academy proposera un programme riche de 55 masterclasses, conférences et grandes dégustations pour permettre aux participants d'apprendre, de goûter, d'échanger et de s'inspirer.

Enfin, la veille du salon, le 27 mai, aura lieu le B+D Grand Tasting au HKCEC, organisé par Bettane+Desseauve en partenariat avec Vinexposium. Cet événement, à l'intention des professionnels et consommateurs, sera l'occasion pour plus de 1 000 participants de venir à la rencontre de 70 producteurs du monde entier.

Tout est réuni pour faire de Vinexpo Asia un puissant moment de rencontres attendu par tous et de renforcer ce lien d'amitié unique existant entre Vinexposium et Hong Kong depuis plus de 25 ans.

3/ VINEXPO ASIA 2024 EN CHIFFRES

○ 40 pays exposants

1,300 producteurs dont **60%** d'internationaux et **40%** de Français

Top 5 des pays internationaux exposants : Italie, Espagne, Australie, USA, Chine

○ Catégories de produits :

- Vins rouges, blancs, rosés et effervescents.
- Saké, armagnac, calvados, cognac, whisky, mezcal, rhum, baijiu, vodka, tequila, umeshu, gin
- Vins et spiritueux biologiques

○ Offre de spiritueux

50% d'exposants internationaux et **50%** d'exposants français

14 pays inscrits à ce jour.

○ 60 Pays visiteurs

10,000 professionnels attendus dont **50%** d'importateurs et **50%** de grossistes, distributeurs, cavistes, détaillants, hôteliers, restaurateurs.

Les 10 premiers pays visiteurs : Chine, Hong Kong, Taïwan, Macao, Japon, Corée du Sud, Singapour, Thaïlande, Vietnam, Malaisie

○ Vinexpo Academy

55 sessions premium au programme de Vinexpo Academy

75 experts pour animer les différentes sessions

3 jours de formation continue de haut niveau

4 / DESTINATION ASIE-PACIFIQUE, UNE ZONE ATTRACTIVE



Grâce à sa localisation stratégique au cœur de l'Asie, aux portes de la région de la Grande Baie de Guangdong-Hong Kong-Macao (Greater Bay Area) et du marché chinois, le choix de Hong-Kong est un atout clé. Le marché chinois demeure une destination stratégique pour le secteur des vins et spiritueux et l'heure est à l'expansion. Selon l'Institut IWSR, la consommation de vins et spiritueux en Chine devrait connaître une croissance en valeur de 19 % d'ici à 2027.

Les visiteurs préparent déjà leur venue et témoignent d'un fort enthousiasme face au grand retour de Vinexpo Asia à Hong Kong : « La participation de notre entreprise à Vinexpo Asia 2023 a été couronnée de succès », s'était félicité Gordon Gebbie, directeur commercial au sein du groupe australien Rathbone Wine Group en mai dernier. « Nous avons hâte de participer à Vinexpo Asia à Hong Kong pour nous focaliser davantage sur le marché chinois » a-t-il conclu.

Vinexpo Asia, bien que très ouvert sur la Chine, s'adresse également à de nombreux marchés d'importation clés en Asie comme Taiwan, le Vietnam, la Thaïlande, le Japon, la Corée du Sud, Singapour, la Malaisie, les Philippines, l'Indonésie, pour citer les principaux.

« Vinexpo Asia est un lieu de rencontres incontournable dans notre domaine. J'y retrouve nombre de mes confrères et une vraie diversité de producteurs exposants », souligne Ronald Khoo, responsable vins et spiritueux chez Cathay Pacific.

Des facteurs économiques et démographiques porteurs de croissance

Si chacun de ces marchés présente des spécificités, des facteurs économiques et démographiques communs contribuent à la croissance de la consommation de vins et de spiritueux dans la zone Asie-Pacifique.

Parmi eux, on peut citer l'augmentation des revenus, l'essor de la classe moyenne et l'affinité croissante pour les modes de vie occidentaux et les produits hauts de gamme et luxueux.

Les jeunes et les millenials affichant un appétit pour des expériences de consommation plus diversifiées et plus sophistiquées, influencent également la croissance des ventes de vins et de spiritueux.

Des tendances guidant les modes de consommation

En Asie comme ailleurs, les tendances en matière de santé et de bien-être orientent les choix des consommateurs. Ils entraînent une demande accrue de boissons biologiques ou à plus faible teneur en alcool.

Les occasions sociales, les festivals et les célébrations jouent un rôle important dans la consommation de vins et de spiritueux en Asie, où l'alcool symbolise souvent le prestige et l'hospitalité.

Le vin et les spiritueux sont de plus en plus intégrés dans les expériences culinaires, les consommateurs cherchant à associer leurs boissons à un large éventail de plats asiatiques ou inspirés d'une cuisine fusion.

Des défis et des clés de compréhension du marché

Si l'Asie ouvre de formidables opportunités de croissance, ce marché d'importation considérable pour les pays producteurs de vin renommés tels que la France, l'Italie, l'Espagne, l'Australie et la Nouvelle-Zélande, présente également une certaine complexité avec des règles d'importation diverses. Les droits de douane, les réglementations et les préférences culturelles varient considérablement d'un pays asiatique à l'autre, ce qui impacte les flux d'importation de vins et de spiritueux.

Par ailleurs, on assiste dans de nombreux pays asiatiques à l'émergence d'industries vinicoles nationales, ce qui ajoute à la diversité du marché et influe également sur la dynamique des importations.

Dans ce paysage très diversifié, la distribution des vins et spiritueux en Asie comprend un mélange de canaux de vente au détail traditionnel, de boutiques hors taxes, de plateformes de commerce électronique et de magasins spécialisés.

Une concentration d'acteurs clés présents sur l'évènement

Dans ce contexte et en tant que lieu d'influence, Vinexpo Asia joue un rôle moteur essentiel dans l'économie de la filière et se distingue en attirant les acteurs clés du secteur.

1 300 producteurs dont 60 % d'internationaux et 40 % de français seront réunis pour trois jours de rencontres d'affaires et de networking.

L'évènement rassemblera 40 pays exposants dont l'Australie, la Chine-Hong Kong, l'Argentine, le Canada, le Chili, la Corée du Sud, les États-Unis, La Nouvelle Zélande et Singapour pour le nouveau monde ; l'Afrique du Sud et l'Ethiopie représentant le continent africain ; la Bosnie-Herzégovine et la Biélorussie pour les Balkans ; la France, l'Italie, l'Espagne, le Royaume-Uni aux côtés de l'Allemagne, du Portugal, de la Suisse et de la Slovénie entre autres pour l'Europe.

5/ L'ASIE, TERRE D'OPPORTUNITÉS



Chine :

La Chine, devenue l'un des marchés les plus importants pour les vins et spiritueux au cours des dernières années, offre de vastes opportunités pour les producteurs français et internationaux.

La récente révision des droits de douane et l'assouplissement des relations diplomatiques constituent un signal positif annonciateur d'une reprise des importations pour les vins australiens. En outre, la croissance des vins mousseux italiens laisse présager une tendance à la hausse continue, ce qui pourrait faire de l'Italie un acteur clé du marché chinois. Les vins allemands ont vu leurs exportations vers le marché chinois augmenter, stimulées par les préférences des jeunes consommateurs.

Le marché des spiritueux de luxe (whisky et brandy) connaît une croissance à deux chiffres. Malgré la préférence du pays pour les spiritueux traditionnels et le baiju, 10 millions de nouveaux consommateurs de la classe moyenne recherchent chaque année des produits haut de gamme.

Si les lois anti-corruption ont mis un terme à certaines habitudes concernant les cadeaux d'affaires en entreprise ayant une influence majeure sur le déclin des ventes de spiritueux tels que le cognac, le regain d'enthousiasme pour les rassemblements sociaux après la pandémie influe sur la dynamique du marché.

Le Japon :

Le marché des vins et des spiritueux au Japon est un marché mature et sophistiqué porté par des consommateurs appréciant les boissons alcoolisées de haute qualité. Les tendances récentes suggèrent un intérêt croissant pour les spiritueux haut de gamme et artisanaux (Whisky, Cognac, Gin, Tequila et Mezcal), ainsi que pour les vins étrangers, en particulier les vins français, italiens et californiens. Les vins rouges sont la catégorie la plus populaire, suivie des vins blancs et effervescents très appréciés, notamment des jeunes consommateurs. Le marché du vin au Japon est étroitement lié à la gastronomie, car le pays est un grand pays de culture gastronomique avec de nombreux restaurants étoilés (2e sur le podium après la France avec 544 étoilés en 2023).

La Corée du Sud :

Le pays est appelé à devenir un haut lieu de la consommation, stimulée par l'évolution des préférences des consommateurs et l'expansion de la culture de la restauration. L'univers de la mixologie s'étant fortement développé, le marché des spiritueux français s'enflamme. L'alcool tient un rôle important dans la culture et la vie sociale coréenne, notamment dans la vie professionnelle (Hoesik*). Le soju et la bière sont les alcools les plus populaires et le vin s'affiche dans les tendances depuis 5 ans**.

La valeur des exportations directes de whisky vers la Corée du Sud a bondi de 63,8 millions de livres en 2021 à 124,5 millions de livres en 2022, avec 14,1 millions de bouteilles exportées, ce qui témoigne d'une reprise robuste et d'un intérêt croissant pour les spiritueux haut de gamme. Le Soju continue de dominer le marché des spiritueux, mais l'influence internationale et la K-Pop suscitent un intérêt croissant pour d'autres catégories.

**groupe de personnes se réunissant pour manger et boire*

***source : Business France*

Singapour :

Singapour est une plaque tournante régionale pour le commerce du vin et des spiritueux, attirant des consommateurs et des entreprises de toute l'Asie. Malgré des défis posés par les taxes élevées et une concurrence intense, Singapour reste un acteur clé du secteur avec une consommation de vins et de spiritueux en augmentation chaque année, la France restant le 1er fournisseur en vins en termes de valeur. Les consommateurs singapouriens montrent un intérêt croissant pour les produits artisanaux avec une hausse de production de bières en microbrasseries et de spiritueux en distilleries locales approvisionnant le marché.

L'Asie du Sud-Est (Indonésie, Thaïlande, Malaisie, Vietnam, Philippines) :

L'Asie du Sud-Est représente un marché en plein essor pour les vins et spiritueux, porté par l'urbanisation croissante, les ventes en ligne, une consommation à bord significative et l'augmentation des revenus. Le vin ou les spiritueux sont également des cadeaux importants dans les entreprises.

Cependant, chaque pays de la région a ses préférences culturelles et son propre environnement réglementaire, ce qui présente à la fois des défis et des opportunités pour les producteurs et les exportateurs.

En Indonésie, la vente des boissons alcoolisées devrait atteindre 11,5 % de croissance avec un volume total de ventes de 324 M de litres en 2026. Au-delà de la clientèle locale aisée, s'ajoute un marché des vins et spiritueux destiné au secteur de l'hôtellerie et de la restauration.

La Malaisie (deuxième pays consommateur de vin en Asie avec 26,7 millions de litres en 2020) connaît également une consommation croissante. De plus, le développement du secteur des bars et des restaurants et la hausse du pouvoir d'achat de la population (2e pouvoir d'achat en ASEAN après Singapour) créent de nouvelles opportunités pour l'offre premium.

Inde :

Le marché indien des vins et spiritueux évolue avec une demande tirée par une population urbaine croissante, une classe moyenne en expansion et des consommateurs à la recherche de produits de qualité et de marques réputées. L'Inde est devenue l'un des marchés de l'alcool à la croissance la plus rapide du monde*. Bien que le marché reste inférieur à d'autres pays de la zone, la jeunesse indienne et l'évolution de l'attitude des consommateurs à l'égard de l'alcool ouvrent de réelles possibilités de croissance.

Bien que le whisky demeure le spiritueux le plus consommé en Inde, le gin, la vodka et le rhum gagnent également en popularité, notamment chez les jeunes urbains en quête de nouvelles expériences gustatives et dans les bars devenus de plus en plus attractifs.

**Source : The Hindu - août 2023*

L'Asie centrale (Kazakhstan, Ouzbékistan, Tadjikistan, Kirghizistan) :

Le Kazakhstan, avec une population d'environ 20 millions d'habitants, connaît un intérêt croissant pour la consommation de vin. Le marché, historiquement dominé par la vodka et les spiritueux locaux, s'ouvre depuis quelques années aux vins, notamment les italiens très populaires, suivis par les vins géorgiens. Les jeunes kazakhs influencés par leurs études à l'étranger adoptent désormais une plus large culture culinaire et consomment volontiers des vins importés ou locaux. Cependant le pays présente quelques défis notamment en termes de capacité de distribution, les infrastructures étant encore peu développées.

6

LES GRANDES TENDANCES, ENTRE NOUVELLES FORMES DE CULTURES ET ART DE VIVRE

Boire moins et mieux : les consommateurs ont tendance à boire moins mais à rechercher une meilleure qualité, ce qui correspond aux initiatives de consommation responsable avec des vins bio, nature et biodynamique, et à la demande de produits haut de gamme.

Un goût plus prononcé pour les spiritueux artisanaux : la popularité des spiritueux artisanaux augmente, les consommateurs appréciant la transparence du processus de distillation et l'origine des ingrédients.

Un engagement numérique : les marques tirent parti des plateformes numériques pour le marketing, en utilisant la communication entre les écrans, la diffusion en direct et les médias sociaux pour engager les consommateurs.

Un attrait pour l'expérience : les marques de vin organisent des événements tels que des fêtes du vin et des soirées cinéma afin d'accroître leur visibilité et l'engagement des consommateurs.

La troisième vague de la scène des bars en Asie, avec des opérateurs locaux qui ouvrent leurs propres concepts et utilisent les ingrédients locaux pour créer des cocktails made in Bangkok, Séoul ou Taipei.

Un engouement pour l'innovation en matière de cocktails : partout en Asie, de Tokyo à Singapour, de Hong Kong à Taipei, les bars expérimentent de nouvelles recettes. Bitter ou sucrés, certains introduisent dans leurs cocktails une mixologie des plus pointues avec une dose d'amertume, d'ingrédients salés, d'épices ou encore de salinité, repoussant ainsi les limites des créations traditionnelles.

A mesure que l'intérêt de ces consommateurs s'aiguise, une porte s'ouvre sur des opportunités passionnantes pour les producteurs et les distributeurs internationaux attendus sur Vinexpo Asia.

Un espace WOW! Welcome to the Organic World sera dédié aux vins bio et biodynamiques dont l'attractivité est grandissante en Asie.

L'offre de spiritueux proposée sur l'évènement accueillera 50 % d'internationaux et 50 % de français. Du mezcal, en passant par le rhum, le sparkling tea, l'umeshu, le saké ou le baiju, Vinexpo Asia explorera tous les produits les plus en vue, notamment whisky et brandy, de plus en plus populaires dans la zone Asie-Pacifique.



Masterclasses, conférences, tables rondes, remises de prix, grandes dégustations... autant de formats qui rythmeront l'agenda de Vinexpo Academy avec **55 sessions de prestige** programmées pour apprendre, s'inspirer des tendances, déguster et échanger durant les 3 jours du salon. Le programme rassemblera des experts de renom pour répondre à la demande du marché asiatique avec une programmation de haut niveau et des informations marchés pertinentes pour les acheteurs de la zone.

Parmi les masterclasses et conférences proposées :

● Les masterclasses

- Vinexpo Challenge (ASI)
- Sommelier Battle (ASI)
- 3 masterclasses animées par les États-Unis
- 2 masterclasses animées par Jennifer Docherty MW
- Gambero Rosso
- Châteauneuf-du-Pape
- CVBG
- Crus Bourgeois du Médoc
- Château Angelus
- Ribera Del Duoro
- Riedel
- Saké & food pairing
- Des sessions dédiées aux spiritueux

● Les conférences et tables rondes

- Quel climat économique pour l'industrie des vins et spiritueux en Asie & comment se comportent les consommateurs d'aujourd'hui ?
- Animé par Rob Temple
- Star Wine List
- L'institut IWSR
- The Institute of Masters of Wine
- Des sessions dédiées aux spiritueux



● Les remises de prix

- Les Drinks Business Asian Awards
- Star Wine List of the Year

● Les Grandes Dégustations

- La Grande Dégustation de l'**Union des Grands Crus de Bordeaux** (UGCB) réunira de très belles propriétés.
- Le guide italien **Gambero Rosso** offrira une grande dégustation des vins les plus primés du guide Vini d'Italia.

LE BETTANE+DESSEAUE GRAND TASTING HONG KONG

Le **27 mai**, la veille de Vinexpo Asia, aura lieu le B+D Grand Tasting **au HKCEC**, organisé par Bettane+Desseauve en partenariat avec Vinexposium. Cet événement, à l'intention des professionnels et des consommateurs, sera l'occasion pour plus de **1 000 participants** de venir à la rencontre de près de **70 producteurs** du monde.

Parallèlement, **6 masterclasses** seront animées par l'un des cofondateurs Thierry Desseauve ou Michel Bettane.

Première partie de la journée (11h-17h) exclusivement réservée à la presse et aux professionnels, l'accès étant ouvert aux amateurs de 17h à 21h.

Pour plus d'informations : [cliquez ici](#)

8 / INFORMATIONS PRATIQUES

HORAIRES

- **Mardi 28 Mai** | 9h30 - 18h30
- **Mercredi 29 Mai** | 9h30 - 18h30
- **Jeudi 30 Mai** | 9h30 - 17h30

ADRESSE

Hong Kong Convention and Exhibition Centre (HKCEC),
Hong Kong Convention and Exhibition Centre
1 Expo Drive, Wanchai, Hong Kong, China

RÉSEAUX SOCIAUX

<https://www.facebook.com/Vinexposium>
<https://www.instagram.com/vinexposium/>
<https://www.linkedin.com/company/vinexposium/>
<https://www.youtube.com/c/Vinexposium>
<https://twitter.com/vinexposium>

LittleRedBook

<https://www.xiaohongshu.com/user/profile/63370682000000001802b002>

WeChat



Site officiel de l'événement :
<https://vinexposia.com>

[Liste des exposants présents à Vinexpo Asia](#)

Inscriptions

Badge gratuit réservé aux professionnels des vins et spiritueux et soumis à validation.

Le pré-enregistrement visiteurs de Vinexpo Asia est accessible [en ligne ici](#).

[Accédez à la galerie photos de Vinexpo Asia 2023 ici](#)

À propos de Vinexposium

Vinexposium fédère l'ensemble de la filière vins et spiritueux par la conception de formats événementiels variés et pertinents, tout au long de l'année, partout dans le monde. En rassemblant exposants et visiteurs sur 10 événements par an et sa communauté tous les jours de l'année sur vinexposium365.com, Vinexposium est l'allié des professionnels et dédié au développement commercial de la filière. Vinexposium, producteur de temps forts.

